PROFIL

nr 4 (71) kwiecień 1999

ISSN 1427-8995

Inteligentny numer osobisty

Rynek Pracy

Palmtopy i notebooki

CENTERTEL

Sorry!

nawet do

zł 56,-

Lecz wytworne etui o idealnie dopasowanym kształcie, z najlepiej wyprawionej skóry i wytrzymałym podwójnym szwem, ma swoją cenę. Na pocieszenie od razu zapewniamy, że wśród naszego bogatego asortymentu z pewnością posiadamy etui, pasujące także do Państwa telefonu komórkowego.

www.mline.pl

Nr.1 w akcesoriach do markowych telefonów komórkowych

MLINE®

Szanowni Państwo,

W kwietniowym numerze „Profil-u" dział telekomunikacyjny jest wyjątkowo rozbudowany. Znajdą tu Państwo opis trasy promocyjnej Idei i POP-a – ROAD SHOW. Przedstawiamy też, w znacznie rozszerzonej w stosunku do poprzedniego numeru wersji, informacje na temat usługi Numer Osobisty, dającej możliwość integracji dwóch numerów w sieciach Idea i NMT w jeden. Uzupełnieniem jest tu artykuł, przedstawiający historię i założenia techniczne platform inteligentnych. Usługa Numer Osobisty to pierwsza z usług, które będą rozwijane w sieci Idea na bazie takiej właśnie platformy, pozwalającej w łatwiejszy sposób dostosowywać ofertę do Państwa oczekiwań.
W części poradnikowej opisujemy menu aparatów komórkowych i ich związek z funkcjami systemowymi sieci. Ponadto w kwietniowym numerze znajdą Państwo relację z niedawno zakończonych w Niemczech targów telekomunikacyjnych CeBIT i informacje o nowych operatorach, których wzajemne umowy połączyły z Ideą.

Naszym tematem miesiąca tym razem jest rynek pracy w Polsce. Oprócz analizy stosowanych metod wynagradzania i motywowania pracowników, Krzysztof Mich opisuje działalność firm specjalizujących się w pośrednictwie i doradztwie personalnym oraz firm head hunterskich. Ciekawym i nowym medium, szturmem zdobywającym sobie popularność zarówno wśród pracowników, jak i pracodawców, są też internetowe „pośredniaki" („Internet: dam pracę").

W dziale „W sieci" coś o miniaturyzowanych komputerach, akcesoriach i gadżetach do nich („Palmtopy i notebooki"). Buszowanie w Internecie zaprowadziło Pawła Piaseckiego na strony poświęcone rekreacji (rowery, żagle, nurkowanie). A „Po godzinach" przeczytają Państwo o wiecznie otwartym dla turystów i wiecznie świętującym Meksyku („Wędrując z Mariachi").

Życzymy miłej lektury –

Redakcja

PROFIL
– magazyn abonentów ptk centertel

wydawca: polska telefonia komórkowa centertel sp. z o.o.
redakcja: dział komunikacji marketingowej ptk

redaktor naczelny: iwona zabielska
sekretarz redakcji: krzysztof adelt
redakcja: agnieszka guzek, maria piskorska
korekta: irena szewczyk
reklama: ula sękowska
tel. (0-22) 656 14 44 w. 1314
opracowanie graficzne: jurek wasiukiewicz

adres redakcji:
ul. sienna 75, warszawa
adres do korespondencji:
ul. żelazna 28/30, 00-832 warszawa
tel. (0-22) 656 15 97; faks (0-22) 656 15 51

przygotowanie do druku: oficyna wydawnicza oikos, warszawa
druk: drukarnia prasowa, łódź
druk okładki: drukpol, sulejówek

redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.



projekt okładki: włodzimierz walus

informacja handlowa
0-800 123456
(połączenie bezpłatne z dowolnego aparatu)
(0)90 234567
(połączenie bezpłatne w sieci nmt)
(0)501 123456
(połączenie bezpłatne w sieci idea)

internet:
www.centertel.pl, www.idea.centertel.pl

sklep internetowy:
sklep.centertel.pl

biuro obsługi klienta:
*22 (połączenie bezpłatne), 501 100 100 (połączenie bezpłatne w sieci idea), (0)22 634 28 82, z zagranicy: +48 22 634 28 82 lub +48 501 100 100

serwisy:
90 200 123, 501 200 123 – informacja o numerach abonentów ptk centertel i numerach kierunkowych
(*123 z telefonu komórkowego)

90 234 234, 501 234 234 – serwis informacji handlowej ptk centertel (cenniki, promocje, roaming)

90 213 213, 501 213 213 – wirtualny serwis ekonomiczny ptk centertel i firmy prorexim (oprocentowanie w bankach, kursy walut, giełda)
internet: http://www.prorexim.com.pl

501 70 70 70 – internet w sieci nmt i idea

90 200 175, 501 200 175 – horoskop agnieszki

w trakcie trwania połączenia z serwisami istnieje możliwość otrzymania wydruków po wybraniu 5 i START na faksie.

temat miesiąca **Rynek pracy**

20 Kuszenie wybrańców

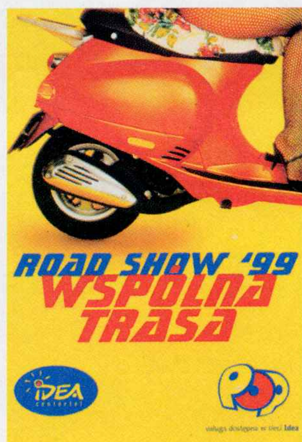
W niektórych firmach ze 100 kandydatów wybieranych jest maksymalnie dwóch, lecz zapotrzebowanie na młodych, wykwalifikowanych pracowników rośnie.

26 Internet: Dam pracę

mobile

6 Trasa promocyjna ROAD SHOW

W kwietniu i maju na terenie wyższych uczelni w całej Polsce odbywają się imprezy promocyjne pod hasłem ROAD SHOW, których organizatorem PTK Centertel.



7 1000 spraw. Jeden Numer (Osobisty)

Numer Osobisty to nowa usługa, która pozwala na korzystanie z jednego numeru komórkowego praktycznie na terenie całego kraju.

8 Telefoniczna inteligencja

Sieć inteligentna (Intelligent Network, IN) to sposób na rozbudowę podstawowej infrastruktury sieci telefonicznej i znaczne zwiększenie jej możliwości.

10 Co się kryje w menu

13 Bramka internetowa w sieci IDEA

Po otwarciu „bramki" pomiędzy siecią Idea a Internetem, możliwe jest dwukierunkowe przesyłanie krótkich wiadomości tekstowych SMS.

14 CeBIT '99

Zakończone niedawno w Hannowerze targi CeBIT to największa w Europie informatyczna i telekomunikacyjna impreza tego typu.

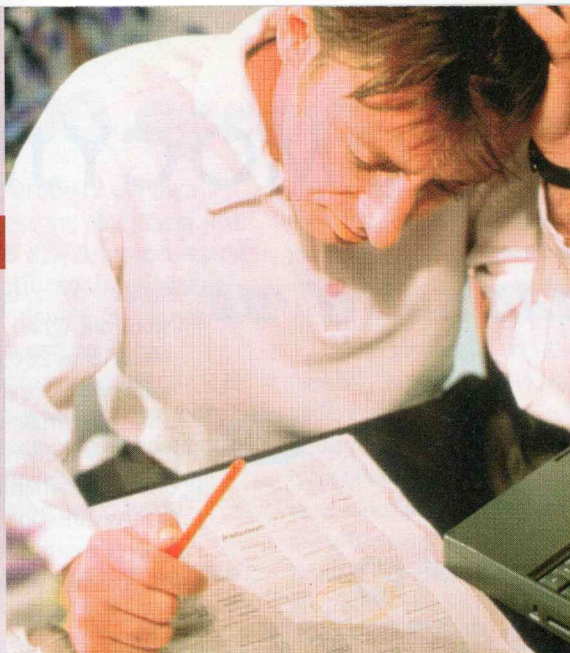


16 Nowe roamingi w Idei

18 90... ...501

kwiecień 1999

numer 4 (71)



temat miesiąca

w sieci

28 Komputer na dłoni

Wyzwaniem dla projektantów i konstruktorów komputerów stała się idea „biura w kieszeni". Stąd narodziny palmtopa, urządzenia mieszczącego się w kieszeni marynarki.

30 Sieciowa rekreacja

czyli sport i rekreacja na stronach www



32 Cyfrowa biblioteka



po godzinach

38 Wędrując z Mariachi

Meksyk – kraina niekończących się świąt, radości, śpiewu i tańca.



40 Obuwnicza arystokracja

W nadchodzącym sezonie obok klasycznych fasonów butów kreatorzy proponują nowe, awangardowe wzory.



Trasa Promocyjna ROAD SHOW

Od 6.04 do 18.05.1999 r. na terenie wyższych uczelni w całej Polsce odbywają się imprezy promocyjne pod hasłem ROAD SHOW. Organizatorem ROAD SHOW jest PTK Centertel, a głównym celem przedsięwzięcia – przybliżenie studentom oferty sieci Idea i usługi POP.

Imprezy odbywać się będą w następujących miastach: 8.04. we Wrocławiu (Akademia Ekonomiczna); 13.04 w Gdańsku (Uniwersytet Gdański); 14.04. w Toruniu (Uniwersytet im. M. Kopernika); 20.04. w Szczecinie (Uniwersytet Szczeciński); 21.04. w Poznaniu (Akademia Ekonomiczna); 22.04. w Łodzi (Politechnika Łódzka); 27.04. (UMCS) i 28.04 (KUL) w Lublinie; 6.05. w Warszawie (SGH); 12.05. (Akademia Ekonomiczna) i 13.05. (Uniwersytet Jagielloński) w Krakowie; 18.05. w Katowicach (Akademia Ekonomiczna).

Każdy, kto odwiedzi stoisko PTK Centertel podczas imprezy ROAD SHOW, będzie miał możliwość za darmo zadzwonić z telefonu sieci Idea pod dowolny numer na terenie całego kraju. Przedstawiciele Handlowi, obecni na imprezie, odpowiedzą na wszystkie pytania. W imprezie mogą brać udział studenci ze wszystkich uczelni w danym mieście.

Studenci, którzy odwiedzą stoiska PTK Centertel podczas trwania imprezy ROAD SHOW, będą mogli wziąć udział w konkursach na temat znajomości oferty Idea i usługi POP. Głównymi nagrodami będą Zestawy POP (ponadto do wygrania firmowe plecaki, bluzy, czapeczki i T-shirty). W konkursie mogą brać udział tylko studenci z ważnymi legitymacjami studenckimi. Oprócz konkursu, również tylko dla studentów, przygotowane zostaną dwa rodzaje kuponów. Pierwszy z nich upoważnia do odbioru specjalnej kurtki w przypadku zakupu telefonu wraz z aktywacją w sieci Idea lub Zestawu POP. Osoby, które kupią zestaw Start POP, odbiorą płytę kompaktową Kayah.

Drugi kupon upoważnia do zakupu Zestawu POP z telefonem Motorola C170 lub Siemens S8 za 200,00 PLN netto w dniu imprezy lub w następnym dniu po imprezie w danym mieście oraz otrzymania płyty CD Kayah. Oba kupony można zrealizować tylko i wyłącznie w Salonach Firmowych PTK Centertel. Kupony uprawniające do otrzymania kurtki lub płyty CD Kayah ważne są do wyczerpania zapasów, jednak nie dłużej niż do 17.07.1999 r.

Serdecznie zapraszamy studentów do odwiedzania stoisk PTK Centertel podczas ROAD SHOW. Nagrody czekają!

Konrad Patejczyk



GRAMY NA UCZELNIACH W CAŁEJ POLSCE

WSPÓLNA TRASA

Idąc z tym kuponem i ważną legitymacją studencką do salonu firmowego PTK Centertel w dniu imprezy lub dnia następnego możesz kupić zestaw POP z telefonem Siemens S8 lub Motorola C170 za cenę 200 zł netto. Dodatkowo otrzymujesz płytę CD. Szczegóły promocji w punktach sprzedaży.

Salony firmowe PTK Centertel:
Poznań – ul. Wierzbięcice 9, Wrocław – ul. Odrzańska 25, Wrocław – ul. Piłsudskiego 104, Szczecin – ul. Kaszubska 52 Szczecin – ul. Bolesława Krzywoustego 65, Warszawa – ul. Jasna 24, Warszawa – ul. Pańska 57/61, Warszawa – ul. Okrzei 34, Warszawa – Al. Niepodległości 24/30, Łódź – ul. Piotrkowska 232, Lublin – ul. Chopina 11, Gdańsk – ul. Okopowa 7, Gdynia – ul. Świętojańska 87, Bydgoszcz – ul. Gdańska 67, Toruń – ul. Rynek Staromiejski 24, Olsztyn – ul. Dąbrowszczaków 8/9, Katowice – ul. Graniczna 29, Sosnowiec – ul. 3-go Maja 30, Rzeszów – ul. Chodkiewicza 7, Kraków – ul. Piłsudskiego 22, Kraków – ul. Starowiślna 62

Terminy realizacji kuponów:

Wrocław 8-9.04.99	Toruń 14-15.04.99	Poznań 21-22.04.99	Lublin 27-29.04.99	Kraków 12-14.05.99
Gdańsk 13-14.04.99	Szczecin 20-21.04.99	Łódź 22-23.04.99	Warszawa 6-7.05.99	Katowice 18-19.05.99

IDEA centertel · POP usługa dostępna w sieci Idea

bezpłatna infolinia: 0-800 123456

Regulamin Konkursu Promocyjnego „ROAD SHOW"

1. Konkurs Promocyjny organizowany jest podczas każdej z imprez „ROAD SHOW". Imprezy odbywają się w okresie od 8 kwietnia do 18 maja 1999 r. na Wyższych Uczelniach, których lista wraz ze szczegółowym harmonogramem organizowania imprez zostanie podana do wiadomości na plakatach rozmieszczanych na terenie Wyższych Uczelni, na których odbywa się „ROAD SHOW".

2. Konkurs „ROAD SHOW" odbywa się na podstawie niniejszego Regulaminu.

3. W konkursie nie mogą brać udziału pracownicy PTK Centertel Sp. z o.o. ani członkowie ich rodzin.

4. Konkurs jest dostępny dla osób uczestniczących w imprezie „ROAD SHOW", które legitymują się zaproszeniem na imprezę, stanowiącym jednocześnie kupon konkursowy, oraz ważną legitymacją studencką.

5. Kupony, o których mowa w punkcie 4, wraz z ulotkami informacyjnymi na temat usług w sieci IDEA, będą rozdawane przez hostessy na terenie Wyższej Uczelni podczas trwania imprezy „ROAD SHOW".

6. Kupon konkursowy jest nieodpłatny.

7. W konkursie mogą uczestniczyć osoby, które ukończyły 18 rok życia.

8. Konkurs polega na udzieleniu odpowiedzi na pytania zadane przez prowadzącego imprezę, dotyczące znajomości oferty i usług oferowanych przez PTK Centertel Sp. z o.o. Ponadto uczestnicy konkursu będą mieli za zadanie ułożyć hasło konkursowe, związane z siecią IDEA. Szczegóły dotyczące hasła konkursowego zostaną podane przez prowadzącego imprezę. Odpowiedzi na zadane pytania, jak również wymyślone hasło konkursowe, zostaną wpisane na kuponie konkursowym przez uczestników konkursu. Ponadto uczestnicy konkursu wpiszą na kuponie konkursowym swoje imię i nazwisko oraz adres e-mail.

9. Wypełnione kupony należy wrzucić do oznaczonej „skrzynki szczęścia" do godziny 14:00 w dniu trwania imprezy „ROAD SHOW".

10. Osoby, które poprawnie odpowiedzą na zadane pytania, przechodzą do drugiego etapu konkursu, w ramach którego Komisja oceni i wybierze najlepsze hasła konkursowe.

11. Przewodniczący Komisji po zakończeniu imprezy „ROAD SHOW" ogłosi zwycięzców konkursu i przekaże nagrody.

12. Nagrodami w konkursie są:
- pierwszą nagrodą są 3 Zestawy POP z telefonami marki MOTOROLA C520, dla 3 autorów najlepszych haseł konkursowych,
- drugą nagrodą jest 10 plecaków i 10 bluz firmowych IDEA, dla 20 autorów haseł konkursowych,
- trzecią nagrodą jest 20 czapek i 20 t-shirtów firmowych IDEA, dla 40 autorów haseł konkursowych.

13. Zwycięzcy konkursu nie mogą brać udziału w następnych konkursach organizowanych na innych Wyższych Uczelniach w ramach imprezy „ROAD SHOW".

14. Wzięcie udziału w konkursie oznacza wyrażenie zgody na warunki niniejszego regulaminu.

1000 spraw. Jeden Numer (Osobisty).

Numer Osobisty to nowa usługa, której realizacja jest możliwa dzięki zastosowaniu tzw. platformy inteligentnej (IN). Podobnie jak dotychczasowa usługa DUAL, łączy ona zalety dwóch sieci – Idea i NMT. Pozwala na korzystanie z jednego numeru komórkowego praktycznie na terenie całego kraju.

Dotychczas jedynie Abonenci sieci NMT, którzy decydowali się na zakup telefonu w sieci Idea, mieli możliwość wyboru specjalnego pakietu usług, zapewniającego integrację obu sieci. Oferta obejmuje Numer DUAL – „bliźniaczy" numer w sieci Idea, różniący się od numeru NMT jedynie prefiksem, oraz system poczty głosowej DUAL, umożliwiający przekazanie rozmowy z numeru NMT pod numer Idei lub skopiowanie pozostawionej wiadomości do skrzynki poczty głosowej Idea. Dodatkowo, Abonenci sieci NMT po aktywacji Numeru DUAL płacą niższy abonament za telefon Idea:

Plan taryfowy	Abonament NMT (1 telefon)	Abonament Idea (1 telefon)	Abonament „Dual" (2 telefony – Idea i NMT)
Idea 50	60,00	49,18	70,00
Idea 150	60,00	98,36	100,00

Wszystkie ceny w PLN netto.

Z Numeru DUAL i Poczty głosowej DUAL mogą korzystać tylko ci Abonenci, którzy pierwszej aktywacji dokonali w sieci NMT, a telefon w Idei przyłączyli jako drugi. Od początku marca b.r. PTK Centertel ma w swojej ofercie nowe rozwiązanie, adresowane również do Abonentów sieci Idea, którzy chcieliby korzystać z zalet sieci NMT.

Podobnie jak w przypadku Numeru DUAL, usługa Numer Osobisty zapewnia **dużą obniżkę** łącznych kosztów utrzymania dwóch telefonów. Sama aktywacja Numeru Osobistego jest bezpłatna. Comiesięczny abonament za świadczenie tej usługi wynosi 8,20 zł netto.

Numer Osobisty to nie tylko korzyści finansowe – to przede wszystkim bardzo użyteczne rozwiązanie techniczne, dzięki któremu Abonent jest osiągalny **pod jednym numerem** niezależnie od tego, w zasięgu której sieci aktualnie przebywa.

Należy podkreślić, że Numer Osobisty sam w sobie **nie jest dodatkowym numerem**, ale usługą, która zostaje aktywowana na **dotychczasowym** numerze Abonenta w sieci Idea. Posiadacz Numeru Osobistego może nadal korzystać zamiennie z obu aparatów, w tym dzwoniąc pomiędzy swoimi numerami.

Dzięki Numerowi Osobistemu, osoba dzwoniąca pod numer w sieci Idea usłyszy komunikat informujący o tym, że trwa poszukiwanie Abonenta. System **każdorazowo sprawdzi**, z którym telefonem może być zestawione połączenie – „poszuka" Abonenta w sieci Idea, a następnie pod numerem NMT. Jeśli nikogo „nie zastanie" (telefon jest wyłączony, „zajęty", poza zasięgiem sieci lub Abonent nie odbiera połączenia) pod żadnym z tych dwóch numerów, przekieruje połączenie do skrzynki poczty głosowej Idea.

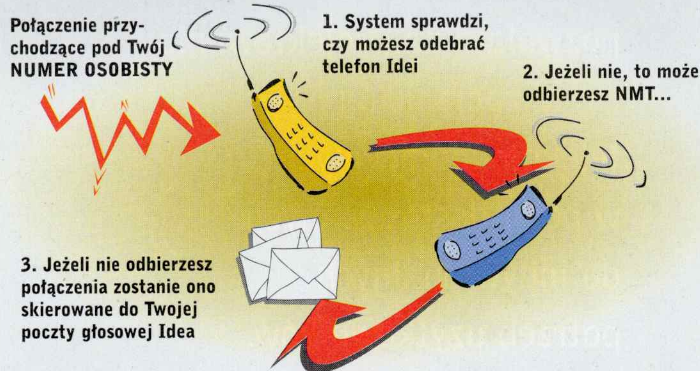
Taka funkcjonalność systemu i kolejność poszukiwania zostanie zachowana **również w roamingu**. Użytkownik przebywający za granicą (z telefonem Idea lub NMT) będzie mógł odebrać połączenie przychodzące pod jego Numer Osobisty. Jeżeli nie odbierze połączenia, dzwoniący połączy się z jego pocztą głosową.

Numer Osobisty daje gwarancję, że przy każdym połączeniu przychodzącym system „poszuka" Użytkownika pod dwoma numerami, i to nawet w przypadku, jeżeli na którymś z nich zostało ustawione przekierowanie (ewentualne przekierowania zostaną zignorowane).

Dodatkowo, szansę na zrealizowanie połączenia **zwiększa** usługa „call waiting" (informacja o połączeniu oczekującym), która – jeżeli jest aktywna – zachowuje pełną funkcjonalność w odniesieniu do obu numerów.

Warto zaznaczyć, że połączenia przychodzące bezpośrednio pod numer NMT realizowane są w sposób standardowy. Jeżeli na tym numerze było ustawione przekierowanie – zostanie ono zrealizowane, a jeżeli Abonent nie odbierze połączenia lub telefon będzie wyłączony, uaktywni się skrzynka poczty głosowej NMT (a nie Idea).

Za przekierowania Idea-NMT podczas poszukiwania posiadacza Numeru Osobistego nie są naliczane **żadne** opłaty (podobnie jak przy przekierowaniu na pocztę głosową).



Przekierowania obejmują tylko połączenia głosowe, ale nie np. SMS-y.

Pozostawione w skrzynce poczty wiadomości można odsłuchiwać na różne sposoby:

- pod numerem *501 – z własnego telefonu Idea (połączenie bezpłatne) lub z telefonu NMT, jeżeli Abonent dodatkowo posiada Numer Dual oraz Pocztę Dual (opłata jak za połączenia z numerem *99 w sieci NMT);
- pod numerem **501 501 501** – z każdego innego telefonu (w sieci NMT opłata jak za połączenia z *99).

O nowych wiadomościach w skrzynce Abonent informowany jest za pomocą wiadomości tekstowych SMS (wysyłanych pod numer Idei).

Opłata za połączenie z Numerem Osobistym, którą ponosi osoba dzwoniąca, jest **taka sama**, jak za połączenia z innymi numerami w sieci Idea.

Ze względu na wygodne połączenie zalet dwóch sieci komórkowych, Numer Osobisty jest godny polecenia również Abonentom „dualnym", którzy już teraz korzystają zamiennie z telefonów NMT i Idea.

W chwili obecnej usługa może zostać aktywowana tylko Użytkownikom planu taryfowego Idea 150.

Oba integrowane numery muszą należeć do tej samej osoby lub firmy. Aby **aktywować** usługę Numer Osobisty, należy skontaktować się telefonicznie z Biurem Obsługi Klienta. Po zarejestrowaniu zgłoszenia usługa zostanie aktywowana w ciągu 2 dni roboczych.

Dodatkowe informacje na temat Numeru Osobistego i pozostałych usług można znaleźć w Internecie pod adresem „http://www.idea.centertel.pl".

Eryk Szuba

Opłaty abonamentowe	Bez usługi Numer Osobisty		Z usługą Numer Osobisty	
	Netto	Brutto	Netto	Brutto
Abonament Idea 150	98,36*	120,00	40,00	48,80
Abonament NMT	60,00	73,20	60,00	73,20
Abonament za Numer Osobisty			8,20	10,00
Razem	158,36	193,20	108,20	132,00

* Jeżeli Abonent wykupił opcję DUAL DCS, abonament jest o 4,10 PLN netto wyższy.
Wszystkie ceny w PLN.

TELEFONICZNA INTELIGENCJA

Sieć inteligentna (Intelligent Network, IN) to sposób na rozbudowę podstawowej infrastruktury sieci telefonicznej i znaczne zwiększenie jej możliwości. Platformy inteligentne pozwalają na projektowanie i realizację usług telekomunikacyjnych w pełni dostosowanych do indywidualnych potrzeb użytkowników.

W tradycyjnej sieci telefonicznej, wprowadzenie nowej usługi wiąże się na ogół z długotrwałym, pracochłonnym i kosztownym procesem tworzenia i wymiany oprogramowania we wszystkich centralach operatora. Natomiast przy zastosowaniu środków, jakich dostarcza platforma IN, operator jest w stanie szybko (w ciągu kilku tygodni, a nawet dni), stosunkowo łatwo i niskim kosztem opracować, przetestować i wdrożyć nowe usługi w swojej sieci. Daje to – przynajmniej teoretycznie – możliwość dynamicznego śledzenia potrzeb abonentów przy pomocy badań marketingowych oraz błyskawicznego reagowania na nie poprzez rozwijanie istniejących usług i opracowywanie nowych.

W efekcie abonenci mogą korzystać z oferty w pełni dostosowanej do ich indywidualnych wymagań, a operator – wzbogacając i różnicując udostępnianą gamę usług – zwiększa swoją konkurencyjność na rynku.

Od strony technicznej, sieci IN stanowią najczęściej tzw. nakładkę systemową (w postaci dodatkowych urządzeń i oprogramowania) na istniejącą już sieć. Warto podkreślić, że systemy i sieci IN podlegają standaryzacji zgodnie z zaleceniami Międzynarodowej Unii Telekomunikacyjnej ITU. Dzięki temu wszelkie usługi, realizowane na platformach IN, są niezależne nie tylko od rodzaju sieci (stała, komórkowa), ale także od zastosowanych w niej urządzeń i czy rozwiązań konkretnych producentów-dostawców.

Współpracę pomiędzy istniejącymi infrastrukturami a platformami IN zapewniają dobrze zestandaryzowane interfejsy – w szczególności chodzi tu o protokół sygnalizacyjny INAP (Intelligent Network Application Part).

Budowa modułowa

Architektura platformy IN opiera się na wprowadzeniu do sieci telefonicznej niewielkiej w stosunku do ilości central liczby „inteligentnych" węzłów (np. w sieci Idea zainstalowana została jedna platforma IN, obsługująca cztery centrale). Węzły te przejmują od central funkcje przetwarzania wszystkich „zgłoszeń", wymagających dodatkowego, indywidualnego trybu obsługi.

Idea sieci IN polega na rozdzieleniu funkcji komutacyjnych (czyli zestawiania połączeń) od realizacji scenariuszy poszczególnych usług. Takie rozdzielenie pozwala zawieszać „zwykły", podstawowy proces obsługi połączenia na centrali, aby odwołać się do „zdalnego" scenariusza, realizowanego już na platformie IN. Scenariusz danej usługi dokładnie określa dalszy przebieg połączenia w zależności np. od lokalizacji abonenta lub czasu połączenia. Dlatego właśnie możemy mówić o „inteligentnej" obsłudze połączeń.

W ramach architektury IN określono zbiór uniwersalnych modułów usługowych („klocków", z których „budowane" są usługi) oraz ustalono podstawowe zasady konstruowania scenariuszy usług (czyli sposoby łączenia „klocków" ze sobą). W scenariuszu usługi Numer Osobisty w sieci Idea wykorzystywane są np. dwa moduły. Pierwszy to operacja odgrywania zapowiedzi („Proszę czekać. Łączymy rozmowę z..." itd.), drugi – poszukiwanie (ang. hunting) Abonenta kolejno pod różnymi numerami.

Możliwość tworzenia nowych usług IN jest technicznie ograniczona tylko dostępnością podstawowych modułów funkcjonalnych oraz zasadami budowania relacji pomiędzy nimi. Podejście takie zdecydowanie różni się od tradycyjnych metod wprowadzania nowych usług. Wymiana oprogramowania w sieci pozbawionej „inteligentnej" nakładki może przecież obejmować nie kilka czy kilkadziesiąt, ale nawet kilkaset central. Już samo to najlepiej obrazuje, jakiego ogromu środków i nakładu pracy wymaga zaoferowanie abonentom nowej usługi.

Bardzo istotnym problemem w tradycyjnych sieciach niejednokrotnie bywa też różnorodność central i łączy. Zapewnienie pełnej współpracy w realizacji zaawansowanych usług pomiędzy urządzeniami, pochodzącymi od różnych dostawców, często okazuje się niemożliwe. Choć dla każdego z nich usługi pod względem funkcjonalnym są tożsame, mogą być realizowane w odrębny sposób. Dla usług wdrażanych na platformach IN takich problemów nie ma, właśnie dzięki oddzieleniu funkcji usługowych od komutacyjnych.

Ewolucja inteligencji

Historia sieci IN jest stosunkowo krótka. Podwaliny pod rozwój usług IN stworzyło wprowadzenie w USA połączeń bezpłatnych, czyli numerów „800". W 1981 r. firma AT&T zastosowała centralną bazę danych, aby usprawnić realizację połączeń rozliczanych za pomocą kart telefonicznych oraz połączeń bezpłatnych. Baza danych służyła do autoryzacji użytkowników kart, a w przypadku darmowych infolinii umożliwiała zamianę wirtualnego numeru „800" (np. łatwego do zapamiętania) na rzeczywisty numer (który mógł mieć mniej „atrakcyjną" postać).

Idea platform inteligentnych jako rozwinięcie powyższego pomysłu oraz samo określenie „sieci inteligentne" zostały zaproponowane przez firmę Bellcore w roku 1984. Przyjęta początkowa koncepcja architektury sieci IN ewoluowała. W 1989 r. prace standaryzacyjne rozpoczęła Międzynarodowa Unia Telekomunikacyjna. W 1992 r. opublikowała ona zestaw zaleceń, dotyczących implementacji architektury i usług IN CS-1. W roku 1996 rozpoczęto prace normalizacyjne nad standardem CAMEL dla usług IN w sieciach komórkowych GSM, zaś w ubiegłym roku opublikowana została nowa wersja podstawowa standardu usług IN – CS-2.

Pionierem w zakresie usług IN są niewątpliwie Stany Zjednoczone. Połączenia bezpłatne pod numery „800/888", które są najpopularniejszą usługą, rozwijaną na platformie IN, dają tam obecnie ponad 50% ruchu na łączach międzymiastowych.

Według prognoz analityków rynku telekomunikacyjnego, w Europie w latach 1996-2002 nastąpi trzykrotny wzrost wartości usług IN z 4,5 mld dolarów do ponad 15. Znajdzie to odzwierciedlenie w zwiększeniu udziału usług IN w dochodach operatorów z obecnego poziomu 2-5% do około 15% (w krajach Europy zachodniej).

Wielość scenariuszy

Mimo iż operatorzy mają dużą swobodę w konstruowaniu scenariuszy usług na platformach IN, w ramach specyfikacji i zaleceń ITU (CS-1) określono ich gotową listę:

- połączenie bezpłatne;
- połączenie z podziałem opłaty;
- połączenia z podwyższoną opłatą;
- połączenia kredytowane;
- numer uniwersalny;
- numer osobisty;
- wirtualna sieć wydzielona;
- teległosowanie;
- obsługa fal zgłoszeń;
- uniwersalna łączność osobista;
- wybieranie skrócone;
- filtrowanie połączeń przychodzących;
- kierowanie połączenia według definicji abonenta;
- przekazywanie połączeń bezwarunkowe;
- kierowanie połączeń uwarunkowane parametrami użytkownika;
- zabezpieczanie dostępu;
- rozdział połączeń przychodzących;
- połączenie z oczekiwaniem na zwolnienie abonenta wywoływanego;
- połączenie konferencyjne;
- identyfikacja połączeń złośliwych;
- warunkowe przekazywanie połączeń wychodzących;
- selektywne przekazywanie połączeń przy zajętości.

Powyższa lista nie wyczerpuje wszystkich możliwości, zaś nawet konkretne wdrożenia wymienionych usług różnią się między sobą, i niekiedy znacznie odbiegają od specyfikacji. Dobrym przykładem może tu być bodajże najpopularniejsza usługa w sieciach komórkowych, często realizowana z wykorzystaniem sieci IN, czyli pre-paid. Zgodnie z powyższą klasyfikacją, należy ona do kategorii usług „połączenia kredytowane".

Usługi IN w Polsce

W Polsce oprócz sieci Idea usługami, wykorzystującymi platformę IN, mogą się jeszcze pochwalić TP S.A. oraz PTC (prepaid „Tak-Tak" w sieci Era GSM). Obaj ci operatorzy wykorzystują rozwiązania, pochodzące od tego samego dostawcy – firmy Siemens. Dostawcą sieci IN dla PTK Centertel jest z kolei firma Nokia.

W sieci stacjonarnej TP S.A. oferuje od niedawna następujące usługi na bazie platformy IN:

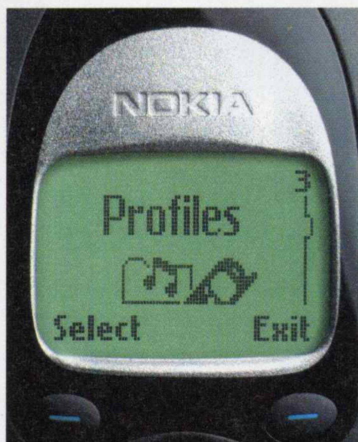
- Linia Bezpłatna 800. Tę usługę coraz powszechniej wykorzystują firmy i inne organizacje do udzielania bezpłatnych informacji. W ramach Linii Bezpłatnej firma pokrywa w całości koszty połączenia. Obecnie można ograniczyć możliwość łączenia się z darmowym numerem np. tylko dla mieszkańców konkretnego miasta.
- Linia Ulgowa 801. Działa na zasadzie zbliżonej do Linii Bezpłatnej 800 z tą różnicą, że opłata może być dzielona w różnych proporcjach pomiędzy dzwoniącym a firmą.
- Linia Firmowa 804. Jest to odmiana usługi „numer uniwersalny". Firma o wielu oddziałach porozrzucanych po kraju może podawać jeden numer. Dzwoniący zostanie połączony z najbliższą filią danej firmy.
- Teległosowanie 707. Usługa wykorzystywana do przeprowadzania różnego rodzaju badań i ankiet wśród abonentów.

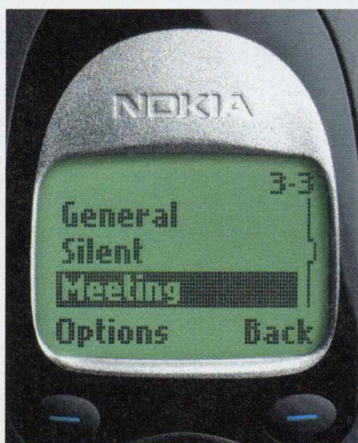
Przed usługami IN rysuje się bardzo interesująca przyszłość. Idea Centertel zamierza poszerzać swoją ofertę w oparciu o nowe usługi, projektowane na platformie IN. Pierwszą wprowadzoną komercyjnie jest Numer Osobisty. O kolejnych będziemy Państwa informować na łamach Profil-u.

Piotr Dybiec

Co się kryje W MENU?

Podobnie jak w przypadku samochodów czy aparatów fotograficznych, wygląd zewnętrzny poszczególnych telefonów komórkowych pozwala dość łatwo odróżnić je od siebie. W miarę zorientowany użytkownik nie pomyli aparatu Nokia z telefonem Ericsson, a każda Motorola odróżnia się np. od modeli Siemensa. Równie charakterystyczne, a przy tym budzące zwykle większe kontrowersje, są efekty pracy programistów, widoczne dla użytkownika jako menu aparatu.









Wszyscy producenci aparatów komórkowych od początku swego rynkowego istnienia starają się, by ich dzieła przyciągały oko klientów atrakcyjnym wyglądem. Dodatkową zachętą ma być przy tym dostępność dodatkowych akcesoriów (zestawy głośnomówiące, karty modemowe, ładowarki, itd.). Na pierwszy rzut oka „rozpoznanie" konkretnej firmy czy modelu ułatwiają takie elementy charakterystyczne, jak klapka zakrywająca klawiaturę aparatu lub jej brak, kolor obudowy, wielkość wyświetlacza, wymienne obudowy czy wbudowany port na podczerwień.

Równie charakterystyczne, a budzące zwykle większe kontrowersje, są efekty pracy programistów, widoczne dla użytkownika jako menu aparatu. Przy czym menu w poszczególnych modelach danej firmy różnią się nie tylko w zależności od serii – każdy droższy aparat będzie miał więcej funkcji dodatkowych (możliwość transmisji danych, wbudowany dyktafon, gry elektroniczne, etc.). Największe różnice dają się jednak zauważyć, gdy porównamy menu aparatów różnych producentów.

Taki telefon, jakie oprogramowanie

Każdy z aparatów komórkowych wykorzystuje opracowaną i zainstalowaną przez producenta wersję oprogramowania. Zdarza się przy tym, że dany produkt funkcjonuje na rynku długo, a w następstwie zauważonych błędów pojawiają się nowsze wersje-aktualizacje oprogramowania. Na ich instalację można liczyć zwykle przy okazji napraw serwisowych. Czasami nie tylko eliminują one niedociągnięcia wcześniejszych wersji, ale rozszerzają menu o nowe funkcje.

Niektórzy producenci pozwalają w określonym zakresie użytkownikom ich aparatów samodzielnie pobierać elementy takie, jak dodatkowe melodie dzwonka czy animacje, pojawiające się na wyświetlaczu. Odbywa się to najczęściej interaktywnie, po przesłaniu krótkiej wiadomości SMS na określone konto, i „wgraniu" nowych danych. Doskonałym źródłem rozszerzeń jest także Internet, gdzie bez trudu odnajdziemy wspomniane wyżej dodatki, ściągniemy programy do edycji logo na wyświetlaczu lub samodzielnego komponowania melodii dzwonka. Wygodnym sposobem transmisji materiałów internetowych jest wykorzystanie (jeśli to możliwe) kabla RS-232.

Logika menu

Obsługa aparatu za pośrednictwem menu ma być z założenia jak najbardziej intuicyjna. Producenci starają się więc wprowadzać częściową choćby interakcję z użytkownikiem. Poszczególne opcje w menu i odpowiadające im funkcje sieciowe mogą się jednak nazywać nieco różnie w zależności od producenta – nie obowiązuje tu ścisła standaryzacja. Dostęp do konkretnej opcji – łatwy i bezpośredni w jednym telefonie, w innym może być „ukryty" w którymś z licznych podmenu.

Pomocna w takich sytuacjach może się okazać znajomość tzw. kodów systemowych. Ich wpisanie wywołuje bowiem te same skutki, co wybranie odpowiedniej funkcji w aparacie bez konieczności błądzenia po menu. Można przy tym sprawdzić status danej usługi (czy jest aktywna, czy wyłączona). Wspomniane kody odnaleźć można w materiałach, dołączanych przez operatora komórkowego do kupowanego aparatu, w ulotkach informacyjnych, na stronach internetowych.

Funkcje uruchamiane najczęściej za pomocą kodów to:

- przekierowania (Call Divert) gdy chcemy przekazywać połączenia przychodzące pod inny, określony przez nas numer;
- przekierowywanie połączeń do poczty głosowej (Call Divert to Voice Mailbox) gdy chcemy, by wszystkie połączenia trafiały do naszej skrzynki poczty;
- blokowanie połączeń (Call Barring) gdy chcemy ograniczyć możliwość odbierania lub wykonywania określonych połączeń (np. międzynarodowych);
- identyfikacja rozmówcy (CLIP);
- ukrywanie własnego numeru (CLIR).



ul. Tkacka 9/10
(pomiędzy Zbrojownią
a Złotą Bramą)
80-836 Gdańsk

Telefony:
0-58 301-14-14
0-58 301-00-21
0-58 301-51-13
0-58 301-63-14
Fax:
0-58 301-64-12

Nowa siedziba salonu firmowego w Gdańsku ulica Tkacka



OTWARCIE 19 KWIETNIA

bezpłatna infolinia 0-800 123456

Warto też wspomnieć o coraz częściej stosowanych przez producentów specjalnych klawiszach, ułatwiających obsługę najczęściej wykorzystywanych funkcji. Należą do nich pojawiające się niemal w każdym aparacie klawisze bezpośredniego dostępu do książki telefonicznej (zwykle oznaczone symbolem rozłożonej książki) czy poczty głosowej (symbol odwróconych „okularów" lub głośniczka), a w zaawansowanych modelach – przyciski uruchamiające dyktafon.

Niektórzy z producentów, chcąc maksymalnie ułatwić dostęp do menu aparatu, pomyśleli także o zintegrowanych klawiszach (w premierowych modelach – pokrętłach) nawigacyjnych.

Karta SIM

W przeciwieństwie do telefonów analogowych, specjalnie programowanych, by można z nich korzystać, aparaty cyfrowe współpracują z kartą SIM, którą śmiało porównać można do małego komputera.



Podstawową funkcją tego niewielkiego kawałka plastiku jest potwierdzanie „tożsamości" abonenta w sieci komórkowej. Dlatego nawet przełożenie karty do innego aparatu nie powoduje odczuwalnej zmiany – użytkownik jest nadal osiągalny pod tym samym numerem. Można też korzystać z własnej książki telefonicznej i odczytywać zapamiętane krótkie wiadomości tekstowe SMS. Sieć Idea Centertel oferuje aktualnie karty SIM o pojemności do 230 wpisów w książce telefonicznej i do 30 wiadomości SMS.



Warto podkreślić, że karta SIM organizuje pośrednio pracę telefonu, ale nie zmienia układu menu. Dlatego też, pomimo stosowania podobnych kart, aparaty nadal mogą różnić się od siebie w obsłudze.

Bezpieczeństwo i blokady

Ze względu na przechowywane dane, karty SIM zapewniają kilka poziomów zabezpieczeń. Użytkownik już w chwili zakupu otrzymuje więc ukryte pod naklejką, podstawowe kody PIN i PUK, utrudniające korzystanie z danego numeru telefonicznego osobom niepowołanym.

Kod PIN, podobnie jak w przypadku kart płatniczych, jest osobistym kodem dostępu, podczas gdy PUK stanowi kod odblokowujący. W przypadku bowiem trzykrotnego wprowadzenia niepoprawnego kodu PIN następuje blokada karty SIM. Jej odblokowanie umożliwia wprowadzenie numeru PUK. Pamiętać jednak należy, że błędne wpisanie kodu PUK (dziesięciokrotne), powoduje trwałe zablokowanie karty. Wówczas pozostaje jedynie wymiana karty na nową. Wszystkie zapisane na niej informacje w takim przypadku zostają niestety utracone.

W wielu materiałach informacyjnych, takich jak broszury produktowe, możemy się natknąć na informację o założonej w aparacie tzw. blokadzie SIM-lock. Jej zadaniem jest najczęściej ograniczenie możliwości współpracy aparatu z kartami SIM określonego rodzaju sieci (wyłącznie „macierzystego" operatora bądź tylko na terenie danego kraju).

Czasami usłyszymy także skrót IMEI (International Mobile Equipment Identificator). To określenie odnosi się do kombinacji cyfr, które składają się na kod identyfikacyjny aparatu (a nie karty). W przypadku jego kradzieży, numer IMEI jest wprowadzany do odpowiedniej bazy



(„czarnej listy"), co uniemożliwia korzystanie z aparatu. W większości telefonów można wyświetlić numer IMEI po wprowadzeniu sekwencji *#06#, gdy aparat pozostaje w stanie czuwania.

Zakamarki menu

Znajomość odpowiednich kodów umożliwia dodatkowo dostęp do innych ciekawych informacji, dotyczących np. zainstalowanej wersji oprogramowania czy daty produkcji aparatu. Użytkownicy niektórych telefonów mają na-



wet dostęp do szczegółowych, zaawansowanych opcji, pozwalających sprawdzać ilość stacji bazowych, z którymi wymienia informacje aparat, siłę sygnału itd. W trakcie rozmowy można wówczas w dość prosty sposób obliczyć odległość od najbliższej stacji bazowej. W tym celu w menu aparatu musi jednak być dostępny tzw. monitor sieci (Cell monitor).

Pamiętać przy tym należy, że dostęp do opisanych ciekawostek – jeśli wymaga ingerencji w oprogramowanie aparatu – może spowodować uszkodzenia, które trudno będzie potem usunąć.

O swobodzie korzystania z menu telefonu komórkowego w dużej mierze decyduje też rodzaj zastosowanego przez producenta wyświetlacza. Tekstowe prezentują znaki alfanumeryczne (cyfry i liczby), natomiast wypierające je wyświetlacze graficzne pozwalają nie tylko na umieszczanie grafik czy ikonek, ale nawet animacji. Jakość wyświetlacza graficznego zależy głównie od jego rozdzielczości, a tą opisuje liczba pikseli w rzędach i kolumnach (im wyższa, tym lepiej).

Daniel Opolski

Bramka internetowa W SIECI IDEA

Po otwarciu „bramki" pomiędzy siecią Idea a Internetem, możliwe jest dwukierunkowe przesyłanie krótkich wiadomości tekstowych SMS.

Na bazie „bramki" można skorzystać z usługi Internet-SMS, która obejmuje:
- podstawowy serwis Internet-SMS;
- usługę Idea E-mail.

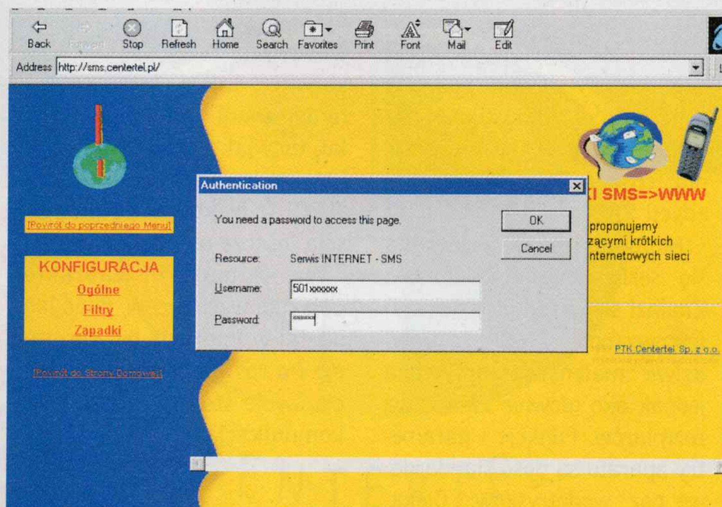
Podstawowy serwis INTERNET-SMS daje możliwość:
- otrzymywania wiadomości tekstowych, wysyłanych za pośrednictwem specjalnie do tego celu stworzonej strony internetowej;
- wysyłania poczty elektronicznej z telefonu Idei z wykorzystaniem funkcji SMS.

Jeśli mamy aktywowany podstawowy serwis INTERNET-SMS, każdy, kto zechce przekazać nam wiadomość tekstową, może zrobić to ze strony pod adresem „**http://sms.centertel.pl**" (wystarczy, że wpisze treść wiadomości, poda nasz numer telefonu i naciśnie przycisk „WYŚLIJ").

Aby **aktywować** podstawowy serwis INTERNET-SMS, należy wysłać wiadomość SMS o treści **INTERNET** pod numer **102**. Bramka „odpowie" SMS-em, potwierdzając dokonanie aktywacji. Wtedy można już wysyłać listy pocztą elektroniczną: wpisane w odpowiednim menu wiadomości SMS należy kierować pod numer **102**. Każda wiadomość tego typu musi mieć ściśle **określoną formę**, tzn. podane w kolejności: „adres e-mail" „spacja" (**ważne!!!**) „treść wiadomości". Znak „@" w adresie można zastąpić znakiem gwiazdki „*" na klawiaturze telefonu.

Przykład – SMS-owy list elektroniczny do PTK Centertel z prośbą o aktywowanie usługi LOTTO-SMS:

info*www.centertel.pl prosze o aktywowanie lottosms z opcja pakiet



Usługa Internet-SMS nie jest objęta **żadnym** dodatkowym abonamentem. Użytkownik płaci tylko za każdy wysłany „list".

Na potrzeby usługi Idea E-mail dla wszystkich Abonentów sieci Idea utworzono „wirtualne" skrzynki poczty elektronicznej o adresie typu **501xxxxxx@sms.centertel.pl**, gdzie xxxxxx to 6 ostatnich cyfr numeru telefonu. Oprócz opcji dostępnych w wersji podstawowej serwisu Internet-SMS, Idea E-mail oferuje możliwość otrzymywania powiadomienia o nadesłanych ze skrzyki pocztowej 501xxxxxx@sms.centertel.pl wiadomościach e-mail i/lub ich pełnej treści.

Aktywowanie usługi Idea E-mail następuje na podobnej zasadzie, jak w przypadku serwisu podstawowego (i wymaga jego wcześniejszej aktywacji). Tak więc, po wysłaniu wiadomości SMS o treści INTERNET pod numer 102, należy ustanowić indywidualne **hasło dostępu** do swojej skrzynki pocztowej. W tym celu pod numer **102** trzeba wysłać SMS o treści: „HASLO" „spacja" (**ważne!!!**) „treść hasła – minimum 6 znaków".

Przykład:

HASLO x1y2z3p

W samym haśle mogą występować dowolne znaki, ale duże litery **nie równają się** małym! Na koniec pozostaje – również samodzielna – właściwa aktywacja konta **bezpośrednio** na stronie internetowej „http://sms.centertel.pl". Po wczytaniu strony, należy wejść w opcję „KONFIGURACJA", i podać swój numer telefonu oraz wybrane wcześniej hasło dostępowe.

Konto „501xxxxxx@sms.centertel.pl" można dostosować do własnych potrzeb. Opcje konfiguracyjne obejmują m.in. wybór sposobu powiadamiania o nowej poczcie e-mail. Za pomocą opcji zaawansowanych możemy odfiltrowywać niechcianą pocztę (menu „FILTRY" – eliminujemy „nielubianych" nadawców lub tematy), jak również wychwytywać te wiadomości, na które najbardziej czekamy (menu „ZAPADKI").

Wybierając przesyłanie pełnej treści wiadomości, należy pamiętać o ograniczeniu długości SMS-ów (w kierunku Idea➔Internet 160 znaków, a w kierunku Internet➔Idea 640 znaków). Opcja ta nie jest więc zalecana dla tych, którym zdarza się otrzymywać długie e-maile. Będą one dochodzić w kilku częściach, a w szczególnych przypadkach mogą nawet zablokować telefon!

Do pełnego wykorzystania funkcji serwisu Idea E-mail konieczne jest posiadanie prywatnego konta poczty elektronicznej i ustawienie na nim właściwego przekierowywania poczty (funkcja FORWARD). Usługa Idea E-mail objęta jest miesięcznym abonamentem w wysokości 10 PLN brutto. Płatny jest też każdy wysyłany z telefonu SMS.

CeBIT '99

Zakończone niedawno w Hannowerze targi CeBIT to największa w Europie informatyczna i telekomunikacyjna impreza tego typu. Na setkach tysięcy metrów kwadratowych w kilkudziesięciu halach swoje produkty prezentują wystawcy z wielu branż. W tym roku było ich ponad 7500.



Hale targowe w Hannowerze przedstawiają sobą imponujący widok: stoiska wystawców obrastają w kompleks sal konferencyjnych i barów, a same budynki – w parkingi i drogi. Dla odwiedzających najważniejsze jednak są interesujące ich ze względu na wykonywany zawód lub hobbystyczne zacięcie ekspozycje.

Spodziewano się, że wzorem lat ubiegłych, producenci zwłaszcza branży komputerowej trzymają w zanadrzu coś, co czeka na swoją premierę właśnie na targach. Odwiedzający CeBIT '99 mogli być jednak nieco rozczarowani brakiem spektakularnych nowości. Stoiska producentów sprzętu komputerowego niczym specjalnym nie zaskoczyły, a nowy procesor firmy Intel – Pentium III – miał swoją premierę kilka tygodni wcześniej.

Dość ciekawie zaprezentowała się natomiast branża telekomunikacyjna. Dużo nowych produktów pokazała firma Ericsson. Na uwagę zasługiwał telefon T28s (dwusystemowy, z funkcją głosowego wybierania numerów i dwoma grami – Tetrisem i Saperem), R380s – model z komputerem i ekranem czułym na dotyk oraz solidna, odporna na warunki ekstremalne, wodoodporna komórka R250 PRO.

Nokia, sąsiad Ericssona na targach, pokazała natomiast nowe telefony dwusystemowe GSM – modele 7110 i 3210. Pierwszy, stylistycznie nawiązujący (przy odrobinie wyobraźni) do przeboju serii 8100, popularnego „banana", ułatwia przede wszystkim komunikację z Internetem (Media Mobile Mode). Aparat charakteryzuje się ogromnym wyświetlaczem, pokrętłem NaviRoller (do nawigacji po menu) i pamięcią aż 1000 numerów telefonicznych.



Model 3210, znacznie uboższy w funkcje, jest adresowany do mniej wymagającego użytkownika. Ma wymienną, kolorową obudowę (także tył) i możliwość komponowania własnych melodyjek. Oba zaprezentowane na CeBicie aparaty Nokii w nowatorski sposób wspomagają korzystanie z funkcji krótkich wiadomości tekstowych SMS. Wbudowany słownik pozwala sugerować użytkownikowi następną literę w trakcie pisania, co znacznie skraca czas edycji SMS.

Motorola także pochwaliła się serią nowych telefonów. Znalazł się wśród nich dwusystemowy model v3688. To prawdziwe maleństwo przyciąga jednak oko głównie za sprawą rozmiarów. Funkcje i parametry aparatu są dość standardowe, bez „wodotrysków". Ciekawostką techniczną i zapowiedzią nowego trendu był model L7089, współpracujący z sieciami GSM aż w trzech zakresach częstotliwości radiowych (900, 1800 i 1900 MHz).

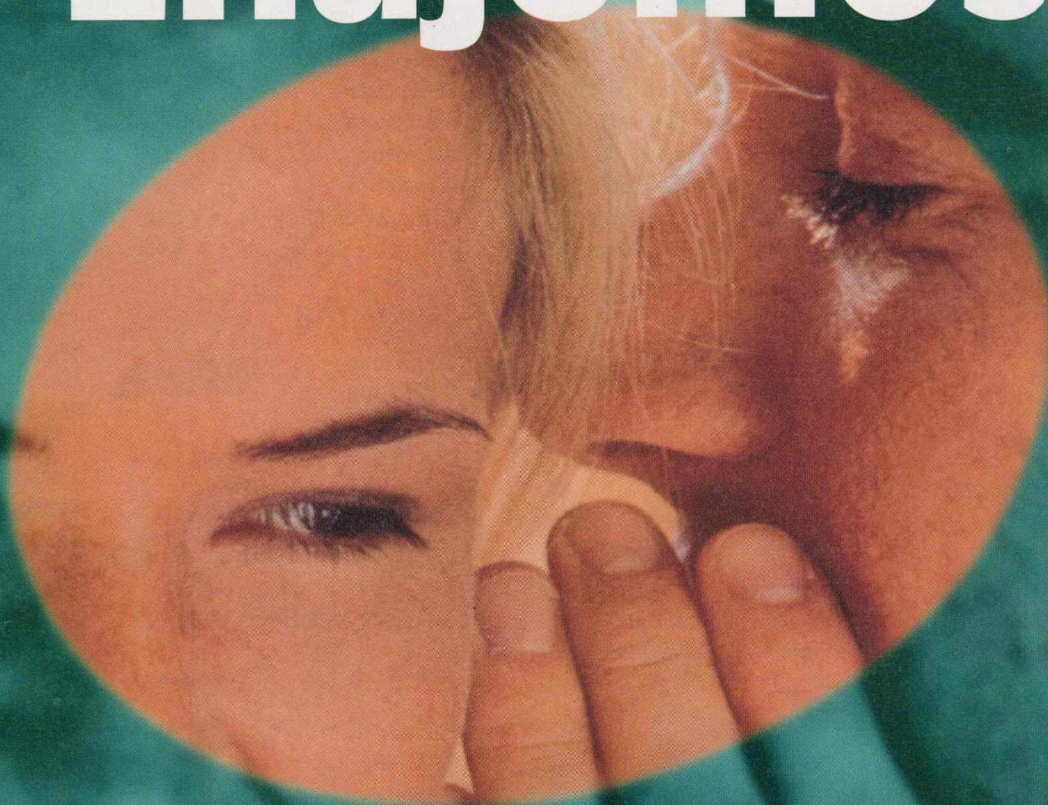
Siemens zaprezentował na targach bardzo ciekawą serię aparatów C/S 25. Ich niewielki rozmiar i sympatyczny wygląd był zaskoczeniem, gdyż niemiecka firma przyzwyczaiła rynek raczej do solidnych i sporych rozmiarów konstrukcji.

Targi CeBIT są oczywiście okazją do zaprezentowania się nie tylko dla tych uznanych i największych. Sporo ciekawych rozwiązań przedstawili także producenci mniej znani na polskim rynku, tacy jak Italtel (ładna stylistyka aparatów), Acer czy NEC. O niektórych z pewnością jeszcze usłyszymy.

Na targach ni zabrakło polskich wystawców, choć ich udział w imprezie był skromny. Po raz pierwszy na CeBicie swoje stoisko miała Telekomunikacja Polska S.A.

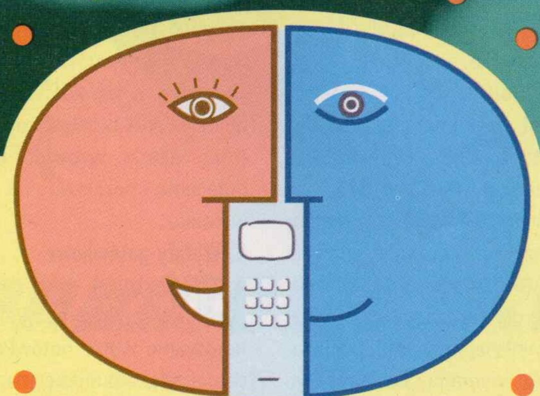
Daniel Opolski
foto: PAP

po znajomości



Wszystkim naszym obecnym
i przyszłym Przyjaciołom
obniżamy abonament
oraz proponujemy dwie **nowe**
niższe taryfy.

Jedną **Super.**
Drugą **Extra.**



dobrzy znajomi

Szczegóły oferty w punktach sprzedaży
oraz pod bezpłatnym numerem Infolinii
0 800 123456

CENTERTEL®
NAJWIĘKSZY ZASIĘG W POLSCE

Nowe roamingi w Idei

Bahrain



Batelco
GSM 900
Roaming od: 08.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 426 01; BHR-MOBI+
Telefony: 196, +973 96 111 96 (BOK); 181, 191 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 0,55 (0,38)
Rozmowy do Polski: 6,79 (5,91)

Bośnia i Hercegowina



PTT Boznia i Herzegovina
GSM 900
Roaming od: 19.03.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 218 90
Telefony: 071 444 555, 444 555, +387 71 444 555 (BOK); +387 71 206 000 (Help Desk)
Rozmowy w kraju: 1,17
Rozmowy do Polski: 6,79

Dania



Sonofon
GSM 900/1800
Roaming od: 19.03.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 238 02; SONOFON
Telefony: 1890 (BOK); 118, 113 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 2,06 (0,36) + 0,11 za nawiązanie połączenia
Rozmowy do Polski: 3,65 (1,73) + 0,11 za nawiązanie połączenia

Egipt



Misrfone
GSM 900
Roaming od: 30.03.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 602 02; EGY 02, CLICKGSM
Telefony: 888, 02 529 0888, +202 529 0888 (BOK); 140 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 2,03
Rozmowy do Polski: 11,00 (9,26)

Hiszpania



Retevision – Amena
GSM 1800
Roaming od: 12.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 214 03; AMENA
Telefony: 1470, +34 656 00 1470 (BOK); 1003, 025 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 0,50 za nawiązanie połączenia i 2,40 (1,45) wewnątrz sieci, 2,03 (1,23) z siecią stacjonarną, 2,88 (1,45) z innymi sieciami
Rozmowy do Polski: 4,13 (3,09) + 1,72 za nawiązanie połączenia

Holandia



DutchTone
GSM 1800
Roaming od: 12.04.98 r.
Kod (nazwa) sieci: 204 20
Telefony: 777, 0800 0770, +31 628 500 777 (BOK); 118, 119 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 2,36 (0,76)
Rozmowy do Polski: 5,19 (3,11)

Izrael



Partner GSM
GSM 900
Roaming od: 18.03.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 425 01; IL ORANGE
Telefony: *054, 03 9054 054, +972 3 9054 054 (BOK); 144, 188 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 2,26 (1,35)
Rozmowy do Polski: 6,85 (5,68)

Tajwan



Chunghwa Telecom
GSM 1800
Roaming od: 29.03.98 r.
Kod (nazwa) sieci: 466 92; LDGSM, ROC LDTA GSM
Telefony: 080 080 090, +886 2 2321 1962 (BOK); 105 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 0,72 (0,38)
Rozmowy do Polski: 3,96 (3,58)

Ceny podane w nawiasach dotyczą połączeń w godzinach poza szczytem. Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu – 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerami bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.centertel.pl; plik w formacie MS Excel, ok. 300 kB).

FORMY PŁATNOŚCI

Z myślą o wygodzie Abonentów, PTK Centertel proponuje kilka różnych form opłacania rachunków za usługi telekomunikacyjne. Poniżej przedstawiamy krótki opis każdej z nich.

1. Stałe zlecenie do obciążenia konta bankowego

Złożenie zlecenia bankowego jest najdogodniejszą formą płatności. Pozwala na oszczędność czasu, nie trzeba też pamiętać o terminach płatności. Po załatwieniu przez Państwa formalności w banku (zlecenia wykonywania płatności stałej z konta na rzecz PTK Centertel), prosimy o przesłanie do Biura Obsługi Klienta PTK dyspozycji, dotyczącej wysyłania faktur do banku. Ułatwia to specjalny formularz dostępny w Salonach Sprzedaży PTK. Dokładnie wypełniony formularz powinien zawierać:

- numer konta abonenckiego,
- imię i nazwisko lub nazwę firmy,
- dokładny adres,
- nazwę i dokładny adres banku,
- numer rachunku bankowego.

Formularz ten można przesłać faksem pod numer (0-22) 634 28 44, lub na adres: Dział Windykacji Biura Obsługi Klienta, ul. Pańska 57/61, 00-830 Warszawa. Po otrzymaniu dyspozycji, konsultant BOK potwierdzi telefonicznie jej wpływ oraz zawarte w formularzu dane.

PTK Centertel po przyjęciu zlecenia będzie raz w miesiącu wysyłać do banku bieżącą fakturę za świadczone usługi telekomunikacyjne, polecenie przelewu i załącznik (bez szczegółów rozmów). Na Państwa adres będzie natomiast wysyłany jedynie załącznik do faktury (z informacją o kwocie rachunku i/lub szczegółowym wykazem rozmów).

2. Stałe zlecenie do obciążenia karty płatniczej

To usługa o zaletach podobnych do obciążania konta. Obecnie ta forma płatności jest dostępna dla wszystkich posiadaczy tzw. „wypukłych" kart płatniczych w systemach: Dinners Club, EuroCard/MasterCard, JCB, PBK Styl Hermes, PolCard, Visa. Nie jest natomiast dostępna dla posiadaczy kart: Maestro (Pekao SA), Visa Electron i PolCard BIS.

Aby skorzystać z tej formy płatności, należy w dowolnym punkcie sprzedaży PTK Centertel złożyć upoważnienie do obciążania karty (ważne w terminie jej ważności). Obciążanie karty wymaga każdorazowo sprawdzenia jej statusu (autoryzacja następuje w przeciągu 24-48 h).

Przy pomocy kart płatniczych można także opłacać bieżące rachunki (tylko w Salonach Sprzedaży PTK Centertel), oraz kupować aparaty i akcesoria – dotyczy większości punktów sprzedaży PTK.

3. Płatność przelewem bankowym

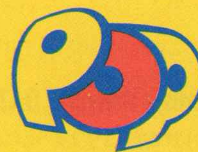
Przy każdej fakturze znajdziecie Państwo znormalizowany druk polecenia przelewu, który można wykorzystać w banku. W przypadku dokonywania przelewu o innej wartości, należy wypełnić formularz polecenia przelewu na miejscu w banku.

4. Wpłaty gotówkowe w PTK Centertel

Umożliwiamy również Państwu dokonywanie wpłat gotówkowych za usługi telekomunikacyjne w kasach PTK Centertel na terenie całego kraju. Pełny spis adresów Salonów Sprzedaży, w których znajdują się kasy, zamieszczamy na str. 18.

ROAD SHOW '99 WSPÓLNA TRASA





usługa dostępna w sieci **Idea**



PROMOCJE, KONKURSY
100 TELEFONÓW

W ZESTAWACH POP, KURTKI, BLUZY, PLECAKI, T-SHIRTY, CZAPKI

08.04 WROCŁAW, Akademia Ekonomiczna,
13.04 GDAŃSK, Uniwersytet Gdański,
14.04 TORUŃ, Uniwersytet im. M. Kopernika,
20.04 SZCZECIN, Uniwersytet Szczeciński,
21.04 POZNAŃ, Akademia Ekonomiczna,
22.04 ŁÓDŹ, Politechnika Łódzka,
27.04 LUBLIN, UMCS,
28.04 LUBLIN, KUL,
06.05 WARSZAWA, SGH,
12.05 KRAKÓW, Akademia Ekonomiczna,
13.05 KRAKÓW, Uniwersytet Jagielloński,
18.05 KATOWICE, Akademia Ekonomiczna

bezpłatna infolinia: 0-800 123456

90... ...501

Transmisja danych i DATA 100

Od marca 1999 r. uległy zmianie zasady korzystania z usługi DATA w sieci Idea. Abonentom, którzy wcześniej aktywowali tę usługę z dodatkowym numerem, Idea obniża abonament miesięczny z 18 PLN do 12 PLN brutto (zmiana obejmuje też „wstecz" ostatni okres rozliczeniowy).

Ponieważ aktywacja usługi DATA bez dodatkowego numeru przestaje być możliwa, wszystkim Abonentom Idei, którzy nie korzystali dotychczas przy transmisji danych z osobnego numeru, taki numer zostaje przydzielony bez żadnej opłaty aktywacyjnej.

Nową opcją jest stworzona na wzór pakietów Idea 50 i Idea 150 usługa DATA 100. Opócz aktywacji specjalnego numeru do transmisji danych, obejmuje ona co miesiąc 100 minut darmowych połączeń z Internetem pod numery dostępowe *888 lub 501 80 80 80 oraz możliwość korzystania z usługi Idea E-mail. Po przekroczeniu bezpłatnego limitu połączenia z Internetem są płatne w szczycie 0,60 PLN netto (0,73 brutto), a poza szczytem 0,30 (0,37) PLN za 1 min.

Aby aktywować usługę DATA 100, należy zadzwonić pod numer (0)501 123 456. Aktywacja usługi kosztuje 40,98 PLN netto (50 brutto), a abonament miesięczny za jej świadczenie 49,18 (60,00) PLN.

Wyniki LOTTO w sieci Idea

Abonenci Idei mogą od marca 1999 r. korzystać z usługi LOTTO-SMS. Pozwala ona przekazywać aktualne wyniki losowań gier Totalizatora Sportowego z danego dnia na wyświetlacz telefonu w formie krótkich wiadomości tekstowych SMS.

Aby aktywować usługę LOTTO-SMS, wystarczy:

- wysłać pod numer 777 wiadomość SMS o treści (zależnie od wybranej gry): DL – Duży Lotek, ML – Multi Lotek, NR – Twój Szczęśliwy Numerek, ZS – Zakłady Specjalne, PAKIET – wszystkie cztery gry;
- lub wysłać zgłoszenie pocztą elektroniczną na adres: info@www.centertel.pl;
- lub zadzwonić pod numer (0)501 123 456;
- lub wypełnić formularz zgłoszeniowy w punkcie sprzedaży PTK Centertel (formularz można po wypełnieniu przesłać faksem pod numer (0-22) 634 28 89).

Dla Abonentów Idei, którzy zdecydują się na aktywowanie nowej usługi, wyniki jednej wybranej gry będą przez pierwszy miesiąc przekazywane bezpłatnie (każda kolejna gra płatna od momentu aktywacji). Opłata miesięczna za korzystanie z usługi LOTTO-SMS wynosi 3 PLN brutto za wyniki jednej gry lub 10 PLN brutto za pakiet.

W marcu 1999 r. uległy zmianie terminy losowań Totalizatora Sportowego. Zmiany dotyczą dwóch gier:

- Twój Szczęśliwy Numerek – losowania odbywać się będą w poniedziałki, wtorki, czwartki i piątki;
- Multi Lotek – losowania odbywać się będą codziennie (godziny losowań bez zmian).

Wszystkie losowania odbywają się około godz. 20.55.

Kursy walut PeKaO SA

Jest to najnowsza usługa informacyjna, dostępna dla Abonentów sieci Idea. W ramach serwisu „Kursy walut PeKaO SA" użytkownik otrzymuje zestaw najważniejszych kursów walut niezwłocznie po ich ustaleniu. Pakiet obejmuje informacje o kursach kupna i sprzedaży USD i DEM dla rozliczeń gotówkowych oraz bezgotówkowych w banku Pekao S.A., a także średnie kursy 6 walut (USD, DEM, EUR, GBP, FRF, CHF) w NBP. Informacje te podawane są w dwóch oddzielnych wiadomościach tekstowych SMS.

Aktywacja usługi i korzystanie z niej w pierwszym okresie rozrachunkowym są bezpłatne. Abonament miesięczny kosztuje 7,38 PLN netto (9 PLN brutto).

Aktywacji usługi można dokonać w następujący sposób:

- przesyłając SMS o treści „WALUTY" pod numer 777;
- dzwoniąc do Biura Obsługi Klienta pod numer 501 100 100 lub *22;
- przesyłając faks zgłoszeniowy pod numer 0-22 634 28 89;
- wysyłając e-mail na adres: info@www.centertel.pl.

BOK w sieci E-Plus

Abonenci Idei, korzystający w roamingu z usług niemieckiej sieci E-Plus, ponownie mogą łączyć się bezpłatnie z Biurem Obsługi Klienta pod numerem 1000 ze swoich telefonów komórkowych.

Połączenia z innymi numerami BOK, dostępnymi także z sieci stacjonarnej (+49 177 1000 lub +49 211 448 1000) pozostają płatne.

Opracowanie:
Krzysztof Adelt

Adresy i telefony salonów sprzedaży PTK Centertel

WARSZAWA: ul. Jasna 24, tel. 826 94 00, 826 94 01, 826 88 72, 0-501 001 091, 0-501 111 150, 0-90 209 040, 0-90 200 170, faks 826 86 99; ul. Pańska 57/61, tel. 656 15 54, 0-501 101 101, 0-501 001 052, 0-90 200 768, faks 656 15 06; ul. Okrzei 34, tel. 670 07 25, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, 0-501 111 501, 0-501 000 502, 0-90 209 302, 0-90 272 999, faks 670 23 60; Al. Niepodległości 24/30, tel. 853 34 10, 853 34 15, 0-501 000 501, 0-501 000 505, 0-90 209 102, 0-90 200 034, faks 853 34 20.
BYDGOSZCZ: ul. Gdańska 67, tel. 21 12 12, 21 24 33, 0-90 600 600, faks 21 29 67.
GDAŃSK: ul. Tkacka 9/10, tel. 301 00 21, 301 14 14, 301 63 14, faks 301 64 12, 301 51 13.
GDYNIA: ul. Świętojańska 87, tel. 620 22 22, 0-90 506 070, faks 620 21 21.
LUBLIN: ul. Chopina 11, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-90 200 600, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.
ŁÓDŹ: ul. Piotrkowska 232, tel. 0-90 209 020, 639 96 95 i tonowo 10 lub 11 – salon, 20 – handlowcy, 60 lub 61 – serwis, 64 – faks.
KATOWICE: ul. Graniczna 29, tel. 256 40 18, 256 40 34, 0-90 345 678, faks 256 15 49.
KRAKÓW: ul. Piłsudskiego 22, tel. 421 65 76, 0-90 330 000, faks 421 64 88; ul. Starowiślna 62, tel. 422 29 59, 0-90 336 633, faks 422 26 83.
OLSZTYN: ul. Dąbrowszczaków 8/9, tel. 535 05 04, 0-90 500 500, faks 534 97 53.
POZNAŃ: ul. Wierzbięcice 9, tel. 865 19 20 lub 865 19 21 i tonowo: 1 – faks, 0-90 654 321, faks 833 79 80.
RZESZÓW: ul. Chodkiewicza 7, tel. 62 92 96, 853 91 00, 853 91 01, 0-90 333 222, faks 62 86 81.
SOSNOWIEC: ul. 3-go Maja 30, tel. 292 50 44, 0-90 321 321, faks 292 50 33.
SZCZECIN: ul. Kaszubska 52, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 10 lub 16 – salon, 20 – serwis, 30 – przedstawiciele handlowi, 40 – faks, tel. 0-90 66 55 44; ul. Bolesława Krzywoustego 65, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 103 – sprzedawcy, 110 – faks, tel. 0-90 600 222.
TORUŃ: ul. Rynek Staromiejski 24, tel. 663 50 00, 663 50 30, faks 663 53 44.
WROCŁAW: ul. Odrzańska 25, tel. 44 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – Przedstawiciele Handlowi, 111 – fax, 0-90 332 211; ul. Piłsudskiego 104, tel. 346 00 10, i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks, 0-90 332 233.

tan1o popyla



A Ty wraz z nim. Kontrolujesz ile wydajesz.
Tanio rozmawiasz. Nie płacisz abonamentu.
Komunikacja kosztuje Cię mniej niż gdziekolwiek indziej.
Wraz z usługą POP – nowy telefon Motorola c520.
Używany w trybie miejskim.
Śliczny, ergonomiczny, aerodynamiczny.
I nie musi mieć przestronnego wnętrza.
Zmotorolyzuj się!



Cena zestawu POP z telefonem Motorola c520: 399,-netto usługa dostępna w sieci **Idea**

http://www.pop.centertel.pl bezpłatna infolinia: 0-800 123456

Kuszenie WYBRAŃCÓW

Za 10 lat w Europie będzie ponad 7 mln więcej ludzi zdolnych do pracy niż obecnie, i co trzeci z nich będzie Polakiem. Jeżeli jednak przyrost gospodarczy utrzyma się na obecnym, dwuprocentowym poziomie, to nadal tylko wysoko wykwalifikowani specjaliści znajdą zatrudnienie. Pozostali dołączą do 19 mln bezrobotnych obywateli Unii Europejskiej.



GDYBY jednak złe prognozy nie sprawdziły się, to być może już wkrótce nadejdą czasy wielkiego boomu, a absolwenci polskich uczelni będą tak rozchwytywani, jak ich amerykańscy koledzy. Na nich poszukiwacze talentów polują także w czasie wakacji i przerw międzysemestralnych. Chociaż w Ameryce około 4% ludzi nie ma stałego zatrudnienia, to stoiska dużych firm poszukujących pracowników można spotkać niemal wszędzie, nawet na najpopularniejszych plażach. Kuszą darmowymi gadżetami, lodami i piwem. Nie trzeba od razu podpisywać kontraktu, wystarczy wypełnić ankietę, a być może za kilka lat firma zaproponuje kandydatowi interesującą ofertę. Amerykanie po studiach podejmują pierwszą pracę co najmniej dwa lata wcześniej niż Polacy. Są lepiej przygotowani do zawodu i do jego zmiany, przede wszystkim dzięki łączeniu w czasie nauki dwóch kierunków, np. dziennikarze często jednocześnie studiują marketing. Pomimo dużej konkurencji (w niektórych firmach ze 100 kandydatów wybieranych jest maksymalnie dwóch), zapotrzebowanie na młodych pracowników jest coraz większe.

Czym kuszą?

SŁUŻBOWY samochód to dla wielu pracowników konkretny wymiar sukcesu. Z tego przywileju korzystają najczęściej pracownicy najwyższych szczebli, np. ponad 80% prezesów firm i członków zarządu ma do dyspozycji wysokiej klasy auta. W dużych, dbających o prestiż przedsiębiorstwach przydział na samochody służbowe otrzymują także kierownicy średniego szczebla. Coraz częściej na służbowy pojazd mogą także liczyć samodzielni specjaliści, zatrudnieni w firmach położonych daleko od centrów miast lub mieszczących się w strefach podmiejskich. Natomiast pracowni-

MUSI BYĆ MŁODY

W połowie 1997 r. opublikowano raport Instytutu badań nad Gospodarką Rynkową, dotyczący preferencji zawodowych. Wśród 20 najbardziej poszukiwanych przez firmy cech pracownika na pierwszym miejscu znalazł się wiek (do 35 lat), a tuż za nim dyspozycyjność, komunikatywność, samodzielność, zdolności organizacyjne, dynamiczność. Cztery ostatnie cechy to zaangażowanie, dobre zdrowie, pracowitość i uczciwość.

cy niższych szczebli najczęściej muszą zadowolić się okazjonalnym pozwoleniem na korzystanie ze służbowych aut, przypisanych do kadry kierowniczej lub wykupionym przez firmę biletem miesięcznym.

ZAZWYCZAJ pracownicy, którym firma przyznała służbowy pojazd, otrzymują także miesięczny, kwartalny lub roczny limit wydatków na jego utrzymanie tzn. paliwo czy serwis. Bywa jednak również tak, że pracodawca pokrywa tylko koszty związane ze służbowymi wyjazdami. Czasami firmy kupują samochody w leasingu i spłacając raty, oddają je do użytku swoim pracownikom, którzy pokrywają koszty ich utrzymania. Nierzadko po rozliczeniu auta pracodawca odsprzedaje je dotychczasowemu użytkownikowi. W podobny sposób niektórzy z pracowników stają się właścicielami przenośnych czy stacjonarnych komputerów.

DZIŚ TELEFON komórkowy to już nie luksus, lecz narzędzie pracy, dzięki któremu pracodawca może być w stałym kontakcie ze swoim pracownikiem. Na służbowy telefon mogą liczyć nie tylko kierownicy, ale także pracownicy serwisowi, kierowcy czy specjaliści. Rozliczenie rachunków, podobnie jak w przypadku samochodu, może być różne. Czasami pracodawca pokrywa koszty tych rozmów, które na podstawie rachunku uznaje za służbowe, lub też wyznacza pracownikom miesięczny limit bezpłatnych minut.

BYĆ MOŻE już wkrótce niektóre firmy będą kusić specjalistów kolejnym przywilejem – darmowymi akcjami. Nie chodzi tu o akcje prywatyzacyjne. Pomysł ten powstał przeszło 20 lat temu w Dolinie Krzemowej w Stanach Zjednoczonych, i jak burza przenosi się do Europy. Wysoko wyspecjalizowani pracownicy często zmieniali pracę, skuszeni ofertami wyższych zarobków i bonusów konkurencyjnych firm. Aby uniknąć takich sytuacji, niektóre przedsiębiorstwa ze swoich akcji uczyniły dodatkową gratyfikację. Pracownik istotnie otrzymuje uzgodniony wcześniej pakiet akcji, i chociaż codziennie może sprawdzić ich wartość na giełdzie, to tak naprawdę sprzedać je może dopiero po 5, 10 lub nawet więcej latach pracy w firmie.

Head hunters

SPECJALIŚCI od wynajdywania talentów nie lubią, gdy nazywa się ich łowcami głów. Jednak prawda jest taka, że ich zarobki liczone są właśnie od głowy i nie bez kozery Anglicy nazywają ich łowcami. Doradztwo personalne, czyli *executive search*, należy do drogich usług, ale jest to najskuteczniejsza metoda wyszukiwania odpowiednich pracowników na najwyższe stanowiska. W ten sposób w Stanach Zjednoczonych wynajduje się pracowników, których przyszła miesięczna pensja przekracza (w zależności od stanu) 6, a nawet 8 tys. dolarów. Prawie wszyscy członkowie ścisłego kierownictwa przechodzą przez sito *executive search*. W Polsce natomiast nie ma oficjalnie prywatnych pośredników pracy. Zgodnie z obecnie funkcjonującymi przepisami, prywatne firmy, zajmujące się rekrutacją, muszą otrzymać stosowne zezwolenie od Krajowego Urzędu Pracy, a najwyższa opłata, jaką mogą pobrać, nie powinna przekroczyć wysokości 1,5-krotnego przeciętnego wynagrodzenia w kraju. W marcu do Sejmu został skierowany projekt nowych regulacji prawnych w tym zakresie.

PRZED niemal 10 laty rodzime szlaki head huntingu przecierali psycholodzy i socjolodzy. Ich praca wzbudzała na początku dużą sensację i do dziś owiana jest mgiełką tajemnicy – myśliwy musi być dyskretny. Podczas gdy na początku dekady wyszukanie odpowiedniej osoby wobec niewielkiej liczby specjalistów zajmowało kilka tygodni, dzisiaj ten proces trwa miesiącami. W całej Polsce „poluje na ludzi" ponad tysiąc „myśliwych". Najlepsi konsultanci są często żywymi bazami danych i bez trudu potrafią wskazać odpowiednią osobę już po wstępnej analizie zamówienia. Czasami plotki, z pozoru błahe informacje wskazują, że kandydat do tej pory niezdobyty może być zainteresowany zmianą pracy.

Ile za głowę?

HONORARIA doradców w USA są z góry ustalane, natomiast w Polsce wynoszą od $^1/_3$ do 1,5 rocznego wynagrodzenia wybranego kandydata. Zdarza się również tak, że poszczególne firmy wpłacają należność za usługę w ratach, których wysokość uzależniona jest od postępu prac. Dobre efekty gwarantują firmy mające doświadczenie w branży, z której pochodzi zamówienie, a na ich sukces znacząco wpływają odpowiednie kontakty. Nie znaczy to, że małe czy mniej popularne firmy doradcze, które specjalizują się w określonej dziedzinie, oferują niższą jakość usług lub są tańsze, jednak tylko te, należące do międzynarodowych sieci, będą szukały pracowników także poza granicami kraju. Zgodnie z kodeksem etycznym, który w Polsce podpisało niespełna 30 firm, wyszukany i zaakceptowany przez klienta kandydat nie może być ponownie „kuszony" przez co najmniej 2 lata.

KARY ZA NADGODZINY

We Francji został wprowadzony nakaz zamykania biur o godz. 19.00. Za pół roku nad Sekwaną tydzień pracy będzie miał tylko 35 godzin. Z pracoholizmem walczy tam ponad 400 inspektorów ministerstwa pracy, a kary za samowolne przedłużenie dnia pracy sięgają 100 tys. dolarów. Wśród „przyłapanych" są takie tuzy, jak koncern telekomunikacyjny Alcatel, sieć supermarketów Carrefour i banków Credit Local de France.

WYBIERAJĄC firmę konsultingową, warto wcześnie poznać jej strukturę i zorientować się w specjalnościach zatrudnionych w niej doradców. Dziś klient może wybrać konsultanta, który jego zdaniem wyszuka odpowiednich kandydatów na dane stanowisko. Naturalnie doradca musi mieć dostęp do wszystkich informacji, dotyczących danego stanowiska. Warto w tym miejscu podkreślić, że firmy poszukujące pracowników nie muszą obawiać się, że ich tajemnice zostaną ujawnione. Zgodnie z deklaracją przyjętego w 1996 r. kodeksu etycznego naczelną zasadą doradców personalnych jest równomierna troska o interesy zarówno klienta, jak i kandydata. Zatem obie strony mogą liczyć na obiektywność konsultantów, dobierających kandydatów według charakterystyki stanowiska.

FRUSTRACJA PO NIEMIECKU

Od 5 do 35 miliardów marek rocznie tracą firmy niemieckie z powodu kradzieży, dokonywanych przez swoich pracowników. Częstym motywem kradzieży jest nie tyle chęć wzbogacenia się, co frustracja wynikająca z zatargu z przełożonym.

ZA USŁUGI doradców personalnych zawsze płaci pracodawca. Klientami head hunterów są nie tylko firmy zagraniczne, tworzące w Polsce nowe filie, ale także takie, które wykupiły część lub całość udziałów w państwowych przedsiębiorstwach. Dla tych ostatnich klientów idealnymi kandydatami są doświadczeni menadżerowie. Jednak wszyscy kandydaci zarówno w starszym, jak i młodszym wieku są dziś potencjalnym „towarem".

Jak to się robi za Odrą

NIEMIECCY poszukiwacze talentów potrzebują przeciętnie na ich znalezienie 10 tygodni, a za każdego pracownika otrzymują wynagrodzenie, mieszczące się w granicach od 30 do 150 tys. marek. Opłata jest uzależniona od przyszłego rocznego dochodu pracownika. Połowa wyselekcjonowanych kandydatów to ludzie w wieku od 35 do 45 lat. W przeciwieństwie do Polski, firmy niemieckie chętniej korzystają z usług małych agencji konsultingowych, nawet przy poszukiwaniu kadry średniego i wyższego szczebla. Ogranicza to koszty, a ponadto nie nadaje poszukiwaniom rozgłosu. Jednak 20 największych firm head hunterskich wypracowuje tam ponad pół miliarda marek obrotu rocznie, co stanowi 40% globalnych dochodów tego typu firm w Niemczech.

10 PRZYKAZAŃ POSZUKUJĄCEGO PRACY

Do lat 90. zaplanowanie własnej kariery było praktycznie niemożliwe. Wielu ludzi za zaszczyt uważało możliwość przepracowania całego życia w jednej firmie, a jeśli już ją zmieniali, to sporadycznie i na z góry uzgodnione stanowiska. W takich realiach umiejętność poszukiwania pracy nie była konieczna. Dziś sytuacja na rynku pracy jest już zupełnie inna i „10 przykazań" może okazać się pomocnych.

1. Planuj swoją karierę. Nie zdawaj się na przypadek. Jeżeli raz źle wybierzesz, to potem trudno będzie ci zmienić specjalizację czy pracę.
2. Nie ograniczaj się jedynie do poszukiwania pracy w swoim miejscu zamieszkania. Czasem na stanowisku w oddziale terenowym łatwiej wykazać się swymi zdolnościami i szybciej awansować.
3. Odpowiadaj na ofertę jednej, wybranej firmy. Dziś fachowcy „od wszystkiego" mają znikome szanse. Warto notować, gdzie i na jakie stanowisko już wysłałeś zgłoszenie.
4. Nie wstydź się korzystać z prywatnych znajomości przy poszukiwaniu pracy. Jednak pamiętaj, że osoba polecająca bierze za ciebie odpowiedzialność i nie można jej zawieść.
5. Pisząc życiorys, ogranicz go tylko do informacji istotnych dla stanowiska, które chcesz objąć.
6. Nie przesadzaj ze swoimi osiągnięciami, kłamstwo tylko cię skompromituje.
7. Przed rozmową kwalifikacyjną dowiedz się jak najwięcej o firmie. Spróbuj przewidzieć, jakie zadadzą ci pytania i przygotować na nie odpowiedzi. Dbaj o stosowny wygląd, np. w agencji reklamowej garnitur czy żakiet wydać się mogą staromodne.
8. W trakcie rozmowy panuj nad nerwami – być może właśnie sprawdzają twoją odporność na stres. Staraj się odpowiadać zdecydowanie, konkretnie i krótko.
9. Nie krytykuj poprzedniej pracy. Zbyt negatywny do niej stosunek może świadczyć o kompleksach lub też o tym, że nie umiałeś sobie poradzić ze stawianymi przed tobą zadaniami.
10. Pytany o oczekiwane zarobki nie odpowiadaj niejasno, podaj dolną i górną granicę.

MIĘDZYNARODOWE koncerny, otwierając filie w różnych krajach, muszą mieć na uwadze lokalne prawo i zwyczaje. Naturalnie wszystkie przedsiębiorstwa pragną zatrudnić pracowników, którzy sprostają ich oczekiwaniom i mieścić się będą w standardzie przez nie przyjętym. Wyszukiwanie odpowiednich kandydatów trwa czasami miesiące, i niekiedy firmy korzystają z agencyjnej oferty typu *global human resource solutions* (GHRS). W Polsce na razie proponuje ją tylko PricewaterhouseCoopers, istniejąca od ponad 150 lat firma, która ma ponad 400 biur w 122 krajach. Pomysł tak kompleksowej obsługi powstał w 1996 r. Po raz pierwszy sprzedano ją w Stanach Zjednoczonych w 1997 r., a wkrótce potem także w Wielkiej Brytanii. Przedstawiciele firmy twierdzą, że już niedługo będą mogli służyć pomocą dowolnemu przedsiębiorstwu, które będzie planowało otworzyć swoją filię w kraju, gdzie działa jej biuro. Oferowana usługa obejmuje: opracowanie polityki kadrowej i płacowej, rekrutację oraz selekcję pracowników. Ponadto firma może także na zlecenie zaplanować cykl niezbędnych szkoleń na każdym szczeblu czy opracować zasady awansowania pracowników. Programy takie są dobierane w zależności od potrzeb i możliwości poszczególnych klientów.

Pomogą zredagować

OD NIEDAWNA firmy doradztwa personalnego oferują nową usługę – *recruitment advertising.* Polega ona nie tylko na przygotowywaniu ogłoszeń rekrutacyjnych, zamieszczanych w prasie, ale także na dokonywaniu wstępnej selekcji. Pracownicy firm konsultingowych zredagują treść ogłoszenia, opracują szatę graficzną, i wreszcie doradzą, z jaką częstotliwością i w których gazetach ogłoszenie powinno być zamieszczane. Klient może umieścić logo swojej firmy lub skorzystać ze znaku firmowego agencji doradztwa personalnego, co może okazać się korzystne zwłaszcza dla tych przedsiębiorstw, których nazwy czy znaki nie są jeszcze powszechnie kojarzone. Agencje codziennie współpracujące z mediami umiejętnie wyszukują odpowiednie formy i sposoby dotarcia do tej grupy docelowej, którą zainteresowany jest klient. Rozwinięciem usługi *recruitment advertising* jest wstępna selekcja napływających ofert. Na podstawie uzgodnionych wcześniej kryteriów wybierani są najbardziej atrakcyjni pracownicy, a ich lista trafia do klienta.

Sprawdzić w działaniu

CHOCIAŻ na świecie powszechnie stosowana, w Polsce *assessment centre,* czyli selekcja grupowa, znana jest dopiero od kilku lat. Jeszcze przed II wojną światową wykorzystywano tę metodę do selekcji kandydatów, którzy później zatrudniani byli w tajnych służbach Stanów Zjednoczonych czy Wielkiej Brytanii.

KILKA osób znajdujących się na bezludnej wyspie, mając do dyspozycji podstawowe narzędzia, musi przetrwać nadchodzącą burzę. Kto przejmie komendę nad wszystkimi rozbitkami? Kto rozładuje powstające konflikty, a kto je stworzy? Metoda selekcji grupowej ukazuje wiedzę i umiejętność jej wykorzystania każdego z kandydatów oraz przyjmowane przez nich role społeczne: przywódcy, analityka, obserwatora. Hipotetyczne sytuacje nie muszą być dalekie od rzeczywistości biurowej, np. w ciągu godziny grupa osób musi wybrać jedną ofertę i przekonać do niej klienta. Taki sprawdzian ukaże, który z pracowników jest najlepszym negocjatorem, kto spośród nich umiejętnie planuje rozwój sytuacji, czy dobrze komunikuje się z pozostałymi. Wszystkich kandydatów ocenia kilka osób, dzięki czemu proces selekcji jest obiektywny i nie ma w nim miejsca na prywatne sympatie czy antypatie. *Assessment centre* jest także stosowany przy rekrutacji wewnętrznej, wyławianiu kandydatów do awansu. Perspektywa objęcia wyższego stanowiska zapobiega odchodzeniu fachowców, silnie związuje ich z firmą, zobowiązuje do lojalności. Promowanie kadr to skuteczna metoda marketingowa, np. w Japonii pracownicy przechodząc przez wszystkie szczeble kariery dokładnie poznają strukturę i metody działania firmy. Warunkiem udanej rekrutacji wewnętrznej i uniknięcia ewentualnych konfliktów jest konieczność zatrudnienia pochodzących z zewnątrz, neutralnych konsultantów.

TYLKO DWA LATA

Polscy młodzi specjaliści według badań przeprowadzonych przez firmę Take It pracują przeciętnie w jednej firmie nie dłużej niż 2 lata. Pracownicy m.in. działów marketingu, sprzedaży, obsługi klienta jeżeli uważają, że nie zdobędą już nowych doświadczeń i nie mają szans na awans i zmianę zarobków, szybko zmieniają pracę.

Dubler na etacie

OD WIELU lat rośnie w Polsce zapotrzebowanie na pracowników tymczasowych, m.in. na takie stanowiska, jak: recepcjoniści, asystenci, sekretarki, wykwalifikowani informatycy czy bankierzy. Rodzime firmy nieufnie podchodzą do propozycji agencji, oferujących im osoby na kilkudniowe zastępstwa zatrudnionych na etacie pracowników. W Warszawie w zdobywaniu nowych klientów rywalizują pomiędzy sobą dwie agencje asystentek i sekretarek oraz zaledwie trzy agencje pośrednictwa pracy tymczasowej. Firmy parające się tego typu działalnością powstały w Ameryce jeszcze w latach 50. W Polsce z ich usług korzystają głównie przedsiębiorstwa, które mają swe korzenie za oceanem, tym bardziej, że wynajęcie zastępcy za pracownika, który zachoruje czy wyjedzie na urlop, nie jest kosztowne.

O PRACĘ tymczasową starają się przede wszystkim studenci dziennych studiów, bezrobotni absolwenci oraz młode kobiety, które wychowują dzieci, i nie mogą podjąć stałej pracy. Osoby takie zarabiają przeciętnie od 50 do 200 zł dziennie. Jeżeli się sprawdzą, mogą liczyć na stałą pracę lub chociażby na powtórne tymczasowe zatrudnienie.

Popyt na inżynierów

W POLSCE od niedawna zauważyć można wzrost zainteresowania absolwentami wyższych uczelni technicznych. W dużych miastach istnieje popyt na informatyków i inżynierów telekomunikacji, którzy zajmowaliby się projektowaniem i nadzo-



KONIEC Z DYSKRYMINACJĄ JAPONEK

W tym miesiącu weszła w życie nowa japońska ustawa, ograniczająca dyskryminację kobiet w pracy. Firmy muszą zatrudniać kobiety na takich samych warunkach, jak mężczyzn, i wobec wszystkich pracowników stosować jednakowe zasady awansów. Dotąd panie mogły przepracować tylko 150 godzin nadliczbowych i nie mogły być zatrudniane na trzeciej zmianie (pomiędzy godz. 22.00 a 5.00 rano). Od początku tego roku, jeżeli jakiś pracodawca nie będzie stosował się do nowych przepisów, nazwa jego firmy zostanie podana do wiadomości publicznej. Innych sankcji nie przewidziano.

rowaniem kolejnych przedsięwzięć. Poszukiwani są także pracownicy, którzy umieją konserwować i zarządzać sieciami. Licytacja zarobków specjalistów z branży komputerowej zaczyna się od 3-4 tys. zł, a kończy nawet ponad 10 tys.

INWESTORZY zagraniczni, którzy budują w kraju m.in. biurowce, obiekty handlowe czy hale produkcyjne zainteresowani są zatrudnianiem inżynierów budownictwa. Zakres proponowanych stanowisk jest bardzo duży: od projektanta, kierownika budowy, po inspektora nadzorującego prace. Na brak ofert pracy nie narzekają także doradcy techniczni, specjaliści od żywienia, ekolodzy, leśnicy, chemicy oraz transportowcy.

W WARSZAWIE jedyną firmą specjalizującą się w wyszukiwaniu pracy dla inżynierów jest Agencja Promocji Kadr Pełnomocnik. Firmy, które się do niej zwracają, poszukują najczęściej młodych osób, ale z kilkuletnim doświadczeniem i znajomością dwóch języków obcych, choć w praktyce okazuje się, że wystarcza znajomość angielskiego. Wielu absolwentów wyższych uczelni zaczyna swoją karierę zawodową w państwowych przedsiębiorstwach lub małych, ale renomowanych firmach. Taki początek pozwala im zdobyć wymagane później doświadczenie. Inżynierowie z Warszawy niechętnie, nawet za atrakcyjną płacę, podejmują pracę na Śląsku czy Pomorzu, podczas gdy młodzi ludzie z innych miast chętnie korzystają z ofert pracy w stolicy.

Boom na księgowych

JESZCZE kilkanaście lat temu księgowi niekiedy nawet na całe życie wiązali się z jednym zakładem pracy. Dziś takie sytuacje należą do rzadkości, a staż pracy w jednej firmie nie przekracza kilku lat. Popyt na wiedzę ekonomiczną jest tak duży, że dobry fachowiec otrzymuje nowe oferty pracy i lepszej płacy. Jeszcze kilka lat temu wydawało się, że wraz z nadejściem zachodniego kapitału do Polski zagraniczne firmy „podkupiły" rodzimym przedsiębiorstwom najlepszych finansistów. Jednak rotacja na kierowniczych stanowiskach związanych z finansami dotknęła także duże zachodnie koncerny, które zmuszone są do poszukiwania nowych pracowników. Niektóre firmy radzą sobie z tym problemem kształcąc własne kadry i awansując najlepszych, ponieważ niezadowoleni i pozbawieni wizji zmiany stanowiska pracownicy zmieniają pracę, a przyczyną ich decyzji nie zawsze jest wysokość zarobków. Dziś główny księgowy zarabia od 4 do 15 tys. zł., dyrektor finansowy od 6 do 25 tys., natomiast pensja analityka z reguły nie przekracza 10 tys. zł. Firmy, które stwarzają swoim pracownikom możliwości dalszego rozwoju, podnoszenia kwalifikacji na studiach czy kursach, nie muszą obawiać się, że specjaliści skuszeni lepszymi zarobkami zmienią pracę.

POLACY W CZOŁÓWCE

Witold Zaraska z Exbudu, Cezary Stypułkowski z Banku Handlowego w Warszawie oraz Leszek Czarnecki z Europejskiego Funduszu Leasingowego znaleźli się w 1998 r. wśród 10 najlepszych menadżerów Europy Środkowej. Listę opracował Central European Economic Reviev. Obok Polaków na liście znalazło się także po dwóch Węgrów i Rosjan oraz Czech, Chorwat i Estończyk.

Agencja w spódnicy

PILOT, lekarz, pielęgniarka czy nauczyciel to najczęściej przez dzieci wskazywane zawody, które chciały-



by wykonywać w dorosłymi życiu. Według ankiety, przeprowadzonej w Stanach Zjednoczonych na początku lat 90., chłopcy pragną zostać biznesmenami, elektronikami, komputerowcami i prawnikami. Jako bardzo atrakcyjne ocenili także kariery sportowca lub artysty związanego z filmem. Polskie nastolatki nie mają już tyle optymizmu. Co dziesiąty jest zdania, że całe życie będzie robotnikiem, choć chętnie studiowałby prawo, medycynę czy pedagogikę. Wysoko ceniony jest także zawód dziennikarza oraz pracownika biurowego. Zaledwie co dwudziesty nastolatek liczy, że w przyszłości zostanie biznesmenem, handlowcem lub menadżerem. Najpopularniejsze zawody wśród dziewcząt to nadal lekarz, pielęgniarka i nauczyciel, ale wyraźnie widać wzrost zainteresowania zawodami, związanymi z biznesem.

CAŁY ETAT W CENIE

Tylko co dziesiąty Polak pracuje na część etatu. W Holandii co trzeci pracownik zatrudniony jest w niepełnym wymiarze godzin, a w Szwecji i Wielkiej Brytanii – co czwarty. Dzielenie etatów nie jest popularne w Grecji (5%), Włoszech (7%) i Hiszpanii (8%).

W WARSZAWIE przy ul. Nałkowskiej od ponad sześciu lat działa agencja, zajmująca się wyszukiwaniem pracy dla kobiet. Założyły ją Warszawskie Centrum Kobiet oraz Stowarzyszenie na Rzecz Kobiet i ich Rodzin, a dotacje międzynarodowych fundacji i władz samorządowych wspomagają finansowo agencję. Poza wyszukiwaniem pracy dla bezrobotnych pań, firma przygotowuje kobiety do rozmów kwalifikacyjnych, prowadzi zajęcia z udziałem prawników, na których poznać można obowiązujące przepisy prawa pracy, oraz organizuje spotkania z psychologami. Panie mogą także za darmo lub za symboliczną opłatą zapisać się na kursy dokształcające. Co roku za pośrednictwem agencji pracę znajduje około 300 kobiet.

PRZED dwoma laty 85% największych firm amerykańskich z listy Fortune zatrudniało w swych zarządach kobiety. Jednak tylko w nielicznych przedsiębiorstwach panie zajmowały stanowiska dyrektorów generalnych. Niektóre firmy zdecydowały się zwiększyć liczbę zatrudnionych kobiet. Taką decyzję podjęli m.in. szefowie koncernu Shell, w którym obecnie panie stanowią zaledwie 2% wszystkich pracowników, a w przyszłości ma ich być 20%.

POLKI mają prawo do 16-tygodniowego urlopu macierzyńskiego, podczas gdy m.in. w Nowej Zelandii, Austrii, Stanach Zjednoczonych (za wyjątkiem Kalifornii, Hawajów i Nowego Jorku) kobiety nie mają takiego przywileju. Czeszkom i Węgierkom przysługują 24 tygodnie, natomiast Włoszki, Kanadyjki, Hiszpanki i Rumunki mają prawo do 17 tygodni płatnego urlopu, chociaż aż 119 państw oferuje matkom 12 tygodni.

POLSKA NORMA BEZROBOCIA

Przewiduje się, że najniższe bezrobocie w Polsce będzie w 2002 r., wówczas jego wskaźnik zejdzie poniżej 7%. Specjaliści uważają, że kilka lat później może się on podnieść do 8-9% i na tym poziomie zatrzymać. Zatem polska norma wyższa jest od amerykańskiej (5%).

JESZCZE 50 lat temu większość panów uważało, że kobiety nie powinny pracować, tego zdania był co dziesiąty mężczyzna w Stanach Zjednoczonych. Dziś rozpoczynanie przez pań karier zawodowych nikogo już nie dziwi. Nawet panie dobrze sytuowane podejmują pracę, a jednym z motywów ich decyzji, jak wynika z badań przeprowadzonych przed rokiem przez Uniwersytet w Meksyku, jest potrzeba niezależności na wypadek rozwodu. Stany Zjednoczone zajmują piątą pozycję na świecie pod względem liczby zatrudnionych kobiet (pracuje ich 45%). Polska plasuje się na szóstej pozycji (44%), a wyprzedzają ją Chiny, Tajlandia, Czechy oraz Rosja. W krajach arabskich pracuje zaledwie co 10 kobieta. Jednak Polki uważają, że nie mają dogodnych warunków do rozwoju zawodowego, co potwierdza chociażby liczba ofert pracy dla pań – 22%. Tylko co czwarte stanowisko kierownicze w kraju zajmuje kobieta. Z przeprowadzonych przez Janet Irwin badań wynika, że panie lepiej od mężczyzn pilnują jakości i wydajności w firmach, częściej dotrzymują terminów wykonywania prac i dobrze sprawdzają się na stanowiskach, gdzie trzeba wykazać się intuicją.

Krzysztof Mich

foto.: BE&W

Sprostowanie

W nawiązaniu do informacji z numeru 2/99, PTE Big Banku Gdańskiego ma kapitał akcyjny w wysokości 120 (a nie 16,8) mln zł.

Zbigniew Zamachowski – aktor

U nas od 3 roku

*96%**

Twojej składki pracuje dla Ciebie.

Przez pierwsze 2 lata

inwestujemy 90%.*



Jeśli przystąpisz do naszego funduszu, na Twój rachunek zostanie przekazane w 1. i 2. roku – 90%* z każdej wpłaconej składki, a począwszy od 3. roku – aż 96%* z każdej wpłaconej składki.

Dlaczego?

Naszym celem jest bowiem wieloletnia współpraca z Tobą.



COMMERCIAL UNION

Otwarty Fundusz Emerytalny BPH CU WBK

Inwestowanie jest sztuką

http://www.emeryt.com.pl Bezpłatna infolinia **0-800-333-333**

Umowę przystąpienia do funduszu można podpisać na terenie całego kraju, kontaktując się z wpisanymi do rejestru UNFE akwizytorami w oddziałach Commercial Union i w placówkach BPH SA i WBK SA.

* Część składki członka, która jest przeliczana na jednostki rozrachunkowe funduszu. Fundusze ponoszą poza tym koszty zmniejszające wartość jednostki rozrachunkowej funduszu, co ma wpływ na ostateczną wartość środków pieniężnych zgromadzonych na rachunkach członków funduszu.

Karta emerytalna Commercial Union Otwartego Funduszu Emerytalnego BPH CU WBK nie jest kartą płatniczą. Będzie ona służyć jedynie do sprawdzania stanu rachunku w OFE w bankomatach, nie wiążą się więc z jej otrzymaniem żadne dodatkowe korzyści materialne.

INTERNET: Dam pracę

Już w najbliższych latach większość pracowników i pracodawców zetknie się ze sobą po raz pierwszy w przestrzeni wirtualnej. Internetowe pośrednictwo pracy to na razie jeszcze nowinka, ale doświadczenie uczy, że Sieć wkracza w kolejne dziedziny życia w tempie szybszym, niż wskazują wszelkie przewidywania.

CZY 2-3 lata temu przeciętny internauta w Polsce myślał na poważnie o zakupach on-line? Dziś stały się one codziennością, choć nadal nie opracowano jeszcze jednolitych standardów zabezpieczania elektronicznych transakcji. Nie trzeba więc być jasnowidzem, by wysunąć tezę, że internetowe giełdy pracy będą wkrótce najpopularniejszym miejscem łowów na atrakcyjne posady i „przechwytywania" pracowników o wielkim potencjale rozwojowym.

WIĘKSZOŚĆ istniejących serwisów, tworzonych z myślą o pracownikach i pracodawcach, ma dwie zasadnicze części. Oprócz aktualizowanych on-line za pomocą prostych formularzy zgłoszeniowych baz danych o kandydatach i ofertach, internetowe „pośredniaki" zawierają praktyczne porady, dotyczące pisania CV i listu motywacyjnego, prowadzenia rozmowy kwalifikacyjnej, metod selekcji kandydatów, negocjowania pierwszej pensji albo podwyżki itp.

NAWET jeśli nie chcemy nigdzie zgłaszać swojej oferty, możemy dowiedzieć się wielu pożytecznych rzeczy, które w przyszłości pozwolą uniknąć błędów i w pełni wykorzystać wszystkie nasze atuty.

ŁATWOŚĆ przeszukiwania baz danych oraz zgłaszania i aktualizowania ofert jest – moim zdaniem – najistotniejszym czynnikiem, decydującym o atrakcyjności Internetu jako wirtualnej giełdy pracy.

GŁÓWNYM problemem jest obecnie niedostateczna liczba proponowanych na stronach www miejsc pracy, a także fakt, że oferty adresowane są do dość wąskiej grupy kandydatów. Na ogół dotyczą one:

1. osób z wyższym wykształceniem informatycznym lub przynajmniej solidnym stażem w tej dziedzinie (administratorzy systemów komputerowych, webmasterzy, programiści, graficy itd.);
2. specjalistów w dziedzinie zarządzania, sprzedaży i marketingu, a także reklamy i promocji;
3. dyrektorów finansowych i księgowych;
4. asystentek i sekretarek.

ANI NAUCZYCIEL, ani lekarz (podobnie jak większość pracowników budżetówki) nie znajdą raczej w Internecie propozycji zatrudnienia. Warto jednak zauważyć, że przytłaczająca większość ogłoszeń drukowanych w prasie również dotyczy przedstawionych powyżej zawodów i specjalności.

Kompleksowo i anonimowo

NAJWYŻSZY znak jakości – za wszechstronność i poziom merytoryczny – przyznaję serwisowi, który mieści się pod łatwym do zapamiętania adresem „http://www.jobs.pl".

OSOBY poszukujące pracy mogą wprowadzać swoje oferty i korzystać z bazy danych Jobs.pl za darmo (podobnie jest w przypadku Onetu i innych witryn tego typu – miejmy nadzieję, że standard zostanie utrzymany). Z kolei przeglądanie danych o kandydatach jest bezpłatne dla firm, które podpisały umowę z twórcami serwisu (wcześniej mogą zapoznać się z wersją demonstracyjną bazy ofert).

JEŚLI firma zatrudnia kandydata, zaproponowanego przez Jobs.pl, płaci prowizję w wysokości 3/4 jego miesięcznej pensji. Płatne jest także zamieszczanie ofert pracodawców.

NA UWAGĘ zasługuje starannie przygotowany przez Jobs.pl kwestionariusz osobowy dla poszukujących pracy. Pozwala on na do-

kładne scharakteryzowanie pożądanego stanowiska, wprowadzenie własnego życiorysu oraz osobno jego nagłówka (skrótowej informacji, dostępnej dla potencjalnego pracodawcy w wersji demo). W trosce o dyskrecję Jobs.pl umożliwia też podanie nazwy firmy (np. obecnego pracodawcy), która nie powinna mieć dostępu do CV.

AUTORZY serwisu dokładają starań, by zabezpieczyć dane personalne kandydatów przed niepowołanymi osobami (CV chronione hasłem) lub wykorzystaniem do celów innych niż rekrutacja. Przeglądane przez pracodawców życiorysy są anonimowe, imię i nazwisko oraz dane kontaktowe są ujawniane dopiero po złożeniu zamówienia.

JOBS.PL proponuje wygodny system sortowania ofert pracy. Oprócz przeszukiwania pełnokontekstowego (wprowadzamy odpowiednie słowa-klucze) i chronologicznego (wszystkie ogłoszenia uszeregowane według daty), możemy grupować ogłoszenia według nazw firm, kategorii, lokalizacji i wymiaru pracy.

JOBS.PL zawiera ponadto 31 odnośników do stron www polskich biur doradztwa personalnego (wraz z krótką charakterystyką profilu ich działalności).

Trochę prawa i psychologii

POSZUKUJĄCYM pracy i pracodawcom rekomenduję z pełnym przekonaniem obszerny serwis, przygotowywany przez OptimusNet przy współpracy z Bankiem Kadr (http://praca.onet.pl). Oprócz „stałych punktów programu" (CV, rozmowa kwalifikacyjna), znajdziemy tam cenne informacje o testach, jakim poddawani są kandydaci, oraz ogólnie o metodach selekcji i rekrutacji pracowników.

BARDZO rozbudowany jest dział porad prawnych: dowiemy się niemal wszystkiego o nawiązywaniu i rozwiązywaniu stosunku pracy, zatrudnianiu menedżerów i cudzoziemców, zakazie konkurencji. Dociekliwym udostępniono nawet pełny tekst kodeksu pracy.

WSPOMNIAWSZY o menedżerach, muszę zwrócić uwagę Państwa na serwis, który adresowany jest właśnie do nich (a także do kandydatów na odpowiedzialne stanowiska kierownicze, np. studentów zarządzania czy uczestników programów MBA).

NAZWA serwisu, Top Jobs on the Net (http://www.topjobs.com.pl), mówi sama za siebie. Poszczególne działy są przygotowywane przez samych pracodawców – głównie międzynarodowe koncerny, takie jak Procter & Gamble czy Unilever. Świeżo upieczeni absolwenci i studenci ostatnich lat mogą poznać nowoczesny model zarządzania przedsiębiorstwem poprzez programy praktyk (np. Mars Business University czy Unileversity).

DZIAŁ porad Top Jobs on the Net jest wynikiem współpracy twórców serwisu z doświadczonymi praktykami: konsultantami Instytutu Promocji Kadr oraz specjalistami do spraw rekrutacji w znanych firmach. Prosty i skuteczny pomysł: dowiedzieć się od samych pracodawców, jakie życiorysy i listy motywacyjne lubią czytać. Nigdy dość przypominania, że nawet najwyższe kwalifikacje i imponujące osiągnięcia zawodowe nie zdadzą się na nic, jeśli nie przedstawimy ich w odpowiedni sposób.

Strony firmowe i konkursy

DUŻE firmy coraz częściej myślą o takiej prezentacji w Internecie, która byłaby magnesem dla przyszłych pracowników. Znakomicie opracowaną witrynę „rekrutacyjną" ma np. koncern Nestle (http://www.praca.nestle.pl). Przedstawiono tam historię firmy, jej strukturę, programy szkoleń i praktyk. Sympatycznym pomysłem wydaje mi się wprowadzenie do serwisu małych ramek, w których podawane są różne ciekawostki (np. skąd się wzięło logo firmy).

CORAZ popularniejszą formą aktywnego poszukiwania pracowników przez pracodawców stają się „dni otwarte" oraz konkursy, takie jak np. „Grasz o staż", obecnie współorganizowany przez „Gazetę Wyborczą", sopocką Pracownię Badań Społecznych i międzynarodową firmę doradczą PricewaterhouseCoopers. Zwłaszcza konkursy są dla pracodawców tanią i skuteczną metodą wyławiania młodych talentów.

ATRAKCYJNY program praktyk pomaga związać młodego człowieka, stojącego u progu kariery, z firmą, w której może najpełniej realizować swój potencjał. Szczegółowe zasady „gry o staż" i informacje o historii konkursu znajdują się na stronie pod adresem „http://www.grasz.pl".

Paweł Piasecki

Przydatne adresy

Ogólnopolska baza ofert pracy
http://www.prace.info.pl

Giełda pracy
http://www.praca.supermedia.pl

Astroman
http://www.astroman.com.pl
Ogólnopolskie biuro promocji kadr z wyższym wykształceniem

Take It
http://www.take-it.com.pl
Oferty głównie dla wysoko wykwalifikowanych specjalistów i menedżerów.

Job Center
http://www.jobcenter.com.pl
Szeroki wybór ofert, także pracy czasowej.

Pełnomocnik
http://www.pelnomocnik.com.pl
Bank Danych o Inżynierach i dla Inżynierów.

Au Pair Mikroserwis
http://www.aupair.com.pl
Praca w charakterze au-pair daje młodym dziewczynom szansę zarobienia pieniędzy i podciągnięcia się w znajomości języków obcych.

Komputer NA DŁONI

Wyzwaniem dla projektantów i konstruktorów komputerów stała się idea „biura w kieszeni". Stąd narodziny palmtopa, urządzenia mieszczącego się w kieszeni marynarki. Ma ono obecnie niemal takie same możliwości, jak notebooki, sprzedawane parę lat temu.

NAZWA „palmtop" pochodzi od tego, że komputerek mieści się na dłoni (jego starszy brat, laptop – zgodnie z angielską nazwą – mieścił się na kolanach). Na określenie palmtopa często używane są też skróty HPC („hand-held PC") i PDA (Personal Digital Assistant).

PALMTOP jest znakomitym rozwiązaniem dla osób, które nie potrzebują maszyny tak skomplikowanej i drogiej jak notebook, ale nie zadowolą się też zwykłym elektronicznym notatnikiem, stanowiącym skrzyżowanie kalkulatora z terminarzem. Notebooki, ze względu na długi czas uruchamiania oraz rozmiary (trzeba gdzieś „upchnąć" dysk twardy, CD-ROM itp.), przystosowane są raczej do pracy stacjonarnej. Nie zastąpią też w pełni tradycyjnego notesu, w którym możemy zapisać pomysły i dane niemal w każdej chwili – zawsze trzeba poczekać na otwarcie programów czy zachowanie danych na dysku.

Już nie gadżety

NIEKTÓRZY widzą w palmtopie raczej elektroniczną zabawkę i efektowny gadżet, niż urządzenie przydatne w codziennej pracy. Ten pogląd do niedawna rzeczywiście był usprawiedliwiony. Obecnie do zabawki zbliża palmtopa chyba jedynie to, że działa na zwykłe baterie alkaliczne AA (R6, czyli popularne „paluszki"), a ponadto ma małe rozmiary i wagę (zwykle 350-400 gramów, choć są już i modele ważące jedynie 200 g).

Z NASZYM „elektronicznym asystentem" możemy pracować nawet przez kilkanaście godzin w warunkach polowych – bez korzystania z zasilania sieciowego. Co potrafi palmtop? Całkiem sporo, choć sceptycy zawsze znajdą powody do narzekań. Przede wszystkim palmtop uruchamia – oczywiście w wersji uproszczonej – najpopularniejsze aplikacje biurowe (edytor tekstu, arkusz kalkulacyjny). Większość palmtopów wyposażona jest w zegar, terminarz, kalkulator.

BARDZIEJ zaawansowane modele (np. Philips Velo500) posiadają wbudowany faksmodem o prędkości 28 800 bps. Czasami dostępna jest kartoteka (z wyszukiwaniem pełnotekstowym i sortowaniem według kilku kluczy), a także funkcja nagrywania notatek głosowych.

STANDARDOWYM wyposażeniem jest kabel łączący palmtopa z komputerem stacjonarnym, czasami także kabel do podłączania telefonu komórkowego (przesyłanie SMS-ów czy wiadomości e-mail). W niektórych palmtopach wymiana danych odbywa się poprzez specjalne złącze na podczerwień. Większość komputerków klasy PDA nowszej generacji może współpracować z drukarką. Prawie wszystkie zaopatrzone są w ekrany monochromatyczne, rozpoznające do 16 odcieni szarości. Na targach Infosystem 98 nagrodę zdobył zaprezentowany przez firmę Hewlett-Packard model 620 XL – pierwszy palmtop, wyposażony w kolorowy wyświetlacz o rozdzielczości 640x240 (256 kolorów).

PALMTOPY W INTERNECIE

System operacyjny Windows CE
http://www.microsoft.com/windowsce

Psion
http://www.psion.com
http://www.psion.net.pl (powstaje już polski serwis pod adresem http://www.psion.pl)

Philips (modele Velo i Nino)
http://www.velo.philips.com
http://www.nino.philips.com

Casio (modele z serii Cassiopeia)
http://www.casiohpc.com

Hewlett-Packard
http://www.hp.com/handheld

Palmtop BV
http://www.palmtop.nl

Nokia Communicator
http://www.nokia.com.pl

Jak notebook albo na rysik

PALMTOPY różnią się kształtem: „pionowe" są pozbawione klawiatury i mają mniejsze rozmiary, „poziome" przypominają bardziej notebooki. W urządzeniach nie mających klawiatury do wprowadzania danych oraz korzystania z zainstalowanych aplikacji służy rysik, przypominający pióro. Tekst po prostu piszemy na powierzchni ekranu, która jest czuła na nacisk. Za rozpoznawanie pisma ręcznego i „tłumaczenie" go dla palmtopa odpowiedzialny jest specjalny program (np. Graffiti w modelach firmy 3Com).

WAŻNYM kryterium podziału jest zastosowany w palmtopie system operacyjny. Zdecydowana większość urządzeń tego typu korzysta ze specjalnie okrojonej wersji systemu Windows o nazwie Windows CE. To „okrojenie" jest coraz mniej dotkliwe dla użytkownika – komputerki mają już po 8, a nawet 16 MB pamięci RAM (z możliwością jej rozszerzania), co w edytorze tekstu pozwala na wybór rozmiaru strony i wielkości marginesów czy formatowanie akapitów. Z Windows CE zintegrowane są „kieszonkowe" wersje programów Excel, Power Point, Internet Explorer oraz klienta poczty elektronicznej InBox.

PALMTOPY brytyjskiej firmy Psion są wyposażone we własny, rozwijany od ponad 10 lat, równie funkcjonalny co Windows CE system operacyjny EPOC. Miłośnicy Psionów uważają, że EPOC przewyższa okrojone „okienka" choćby z tego względu, iż został napisany specjalnie dla urządzeń przenośnych, a nie tylko do nich adaptowany. Do każdego egzemplarza Psiona (seria 5) dołączany jest zresztą bezpłatnie program PsiWin 2.0, który dokonuje automatycznej konwersji plików do formatu Microsoft Office.

PSION jest również jedną z pierwszych firm oferujących palmtopy, która dąży do połączenia tych urządzeń z telefonami komórkowymi. Najwięksi potentaci na komórkowym rynku – Nokia, Motorola i Ericsson – zawarły z Psionem porozumienie o kryptonimie Symbian. Spółka Symbian otrzymała prawo do wydawania licencji na sprzęt telekomunikacyjny, wyposażony w system EPOC. W to, że przyszłość należy do „skomputeryzowanych telefonów", wierzy mocno fińska Nokia. Jej Communicator – telefon z zaawansowanym organizerem i miniprzeglądarką internetową – stanowi poważną konkurencję dla prostszych modeli palmtopów, nie dysponujących tak rozbudowanymi możliwościami komunikacyjnymi.

Zakusy giganta

JAK MOŻNA było łatwo przewidzieć, ekspansją Psiona szybko zainteresował się Microsoft. Imperium Billa Gatesa weszło niedawno w strategiczny sojusz z British Telecommunications i ma zamiar szybko doprowadzić do stworzenia na własną rękę „komórkowego Internetu". Projekt ten usunąłby podział na świat użytkowników telefonów i komputerów osobistych. Rynkowa premiera hybrydowych urządzeń – opartych oczywiście na systemie operacyjnym Windows CE – zapowiadana jest na rok 2000.

W PRZYSZŁOŚCI zacierać się będzie nie tylko granica między palmtopami i elektronicznymi notesami a „komórkami". Coraz mniej wyraźny będzie też podział komputerów przenośnych na palmtopy i notebooki. Jeśli ktoś poszukuje urządzenia, które łączy w sobie niewielkie wymiary palmtopa i funkcjonalność notebooka, może sięgnąć np. po model Libretto produkcji japońskiej Toshiby (firma ta ma największy udział w rynku komputerów prze-



NOTEBOOKI W INTERNECIE

Parametry i ceny kilkudziesięciu modeli dostępnych na polskim rynku można porównać na stronach **Karen Notebook** (http://www.karen.com.pl) i **Carcade** (http://www.carcade.com.pl).

Toshiba (modele Libretto, Tecra, Satellite Pro)
http://www.csd.toshiba.com;
http://www.techmex.com.pl/produkty/toshiba – autoryzowany polski dystrybutor Techmex
IBM ThinkPad
http://www.pl.ibm.com
Compaq Armada
http://www.compaq.com.pl
Dell Latitude
http://www.dell.com.pl
Fujitsu LifeBook
http://www.fujitsu-pc.com
Pablo
http://www.pablo.com.pl
Aristo
http://www.twinhead.com.tw;
http://www.comes.com.pl – polski dystrybutor Comes

nośnych). Ważący poniżej kilograma komputerek o rozmiarach 210x132x35 mm (model 100CT) wyposażony jest w pełnowartościowy system operacyjny Windows 95, 32 MB pamięci RAM, procesor Pentium 166 z rozszerzeniem multimedialnym (MMX), dysk twardy ponad 2 GB i kolorowy, 7-calowy, ciekłokrystaliczny wyświetlacz o rozdzielczości 800x600 pikseli.

TAKI mini-notebook zapewnia komfort pracy porównywalny z komputerem stacjonarnym, a jednocześnie nie ogranicza naszej mobilności. Tańsza wersja Libretto 50CT z 16 MB RAM, procesorem Pentium 75 i dyskiem o pojemności 0,8 GB jest konkurencyjna cenowo z bardziej rozbudowanymi palmtopami.

Coraz szerszy rynek

MENEDŻEROWIE wysokiego szczebla, nie liczący się tak bardzo z kosztami, a poszukujący sprzętu najwyższej jakości, nadal najchętniej kupują wersje notebooków w niczym nie ustępujące porządnie wyposażonym komputerom stacjonarnym. O komforcie pracy w dużej mierze decydują w takich modelach duże wyświetlacze ciekłokrystaliczne. One też często posiadają karty dźwiękowe z dźwiękiem przestrzennym (3D Surround), wyjścia telewizyjne, porty podczerwieni i złącza sieci Ethernet.

OSOBNĄ podgrupę stanowią notebooki do specjalnych zastosowań, charakteryzujące się przede wszystkim podwyższoną wytrzymałością na wstrząsy, zalanie klawiatury, kurz i różnice temperatur. Delikatne elementy takich komputerów osadzone są na specjalnych amortyzatorach, a obudowy wykonane z bardzo trwałych tworzyw. „Pancernych notebooków" używa m.in. wojsko, policja i inżynierowie pracujący w terenie. Ciekawsze propozycje w tym segmencie rynku to model California Army (niestety, waży 5 kg) oraz znacznie lżejsze, ale równie wytrzymałe notebooki Panasonica z serii Toughbook (CF-75, CF-45, CF-25).

WEDŁUG ocen Intela, rynek komputerów przenośnych rozwija się obecnie o 30% szybciej, niż rynek komputerów stacjonarnych. W najbliższych latach ta tendencja wzrostowa z pewnością utrzyma się, a nawet nasili, zwłaszcza w Polsce, gdzie obecnie sprzedaje się poniżej 0,5% światowej produkcji. Przełomowe znaczenie będzie mieć zapewne przekroczenie magicznej bariery cenowej 1000 dolarów. Dalszy proces miniaturyzacji nabierze zaś rozpędu po wprowadzeniu metod komunikacji głosowej z komputerami, co pozwoli na oszczędność cennego miejsca wewnątrz urządzenia.

Paweł Piasecki
foto: BE&W

Sieciowa rekreacja

Jeśli ktoś uważa, że typowy internauta to blady, nie odrywający oczu od monitora wymoczek, któremu ruch kojarzy się jedynie z przesuwaniem komputerowej myszy, to pozostaje w błędzie. Przypuszczeniu temu zadaje kłam olbrzymia liczba i popularność stron www o tematyce sportowej, czy szerzej – rekreacyjnej.

PIĘKNYM przykładem tego, jak można połączyć aktywność fizyczną z aktywnością w sieci, jest Gdańska Strona Rowerowa (http://www.rowery.trojmiasto.pl), wchodząca w skład Trójmiejskiego Serwisu Informacyjnego. Autorzy Biuletynu Rowerowego, głównego organu trójmiejskich entuzjastów dwóch kółek, redagują go z takim entuzjazmem, że aż trudno pozostać obojętnym wobec ich poczynań. Sam zacząłem już się zastanawiać, jaki tu rower kupić...

STRONA przedstawia miejsca, w których można pohasać na rowerze w okolicach Trójmiasta, ale zawiera też sporo przydatnych porad, w tym dotyczących sprzętu. Prenumeratę Trójmiejskiego Biuletynu Rowerowego można zamówić pod swój adres e-mail (wersja bez obrazków).

AMATOROM dwóch kółek warto polecić adres „http://www.bikeboard.com" – witrynę popularnego magazynu rowerowego. Jego redakcja przyznaje m.in. nagrody za najlepsze dwukołowe pojazdy i akcesoria-bajery. W osobnym plebiscycie głosują czytelnicy. Na stronach „Bikeboard" poczytamy o wyprawach (rowerowych, oczywiście) do najodleglejszych zakątków Ziemi, o fascynującym projekcie „Dookoła Polski w 140 godzin", o jeździe na rowerze górskim w Alpach Austriackich (tylko dla twardzieli!) i różnych imprezach sportowych.

MAGAZYN taki jak „Bikeboard" nie może się oczywiście obyć bez kącika porad oraz odpowiedzi na często zadawane pytania, czyli dobrze znanego internautom FAQ-a. Jeśli chcecie Państwo wiedzieć, jak „wrócić po błotnej wycieczce i zachować dobre stosunki z domownikami", wyregulować przerzutkę czy poradzić sobie ze scentrowanym kołem, zajrzyjcie tam koniecznie. Przy okazji coś dla Panów. Może ktoś już zapytał was, czy wiecie, że jazda rowerem powoduje impotencję? Autorzy magazynu „Bikeboard" mają odpowiedzi i na takie (proszę się nie śmiać) pytania.

NA SZCZEGÓLNĄ uwagę zasługuje dział „Testy", gdzie zgromadzono fachowe opinie na temat rowerów (są tam testy porównawcze jednośladów, należących do różnych grup cenowych), osprzętu, kół, butów, pedałów, ciuchów i różnych gadżetów. Tu ostrzeżenie dla fanatyków technicznych nowinek: nie przystępujcie do lektury tej części magazynu, jeśli wcześniej nie zgromadziliście żadnych oszczędności!

Halsowanie po Sieci

WYCIECZKI rowerowe dostarczają niezapomnianych wrażeń na lądzie. Teraz przenieśmy się nad wodę, a ściślej mówiąc – pod żagle. Kilku żeglarzy-zapaleńców ze Śląska postanowiło połączyć swą miłość do łajb i Internetu. Efektem ich starań jest serwis zamieszczony pod adresem „http://www.zagle.silesia.pl". Szata graficzna nie powala na kolana, ale poziom merytoryczny zasługuje na wysoką ocenę. W dziale „Informacje praktyczne" zamieszczono m.in. przewodnik po łajbach i adresy firm czarterujących jachty.

DZIAŁ „Ciekawostki" zawiera słowniczek przydatnych terminów, informacje o wszystkim, co w żeglarstwie „naj", rodzajach chmur itd. W serwisie jest też miejsce na kącik humoru i teksty popularnych szant.

NA STRONIE SIZ (Spotkania Internetowych Żeglarzy) możemy dowiedzieć się, jak powstała inicjatywa

zorganizowania na Mazurach zlotu miłośników łajb i Sieci oraz co z tego wynikło, tak w świecie wirtualnym, jak i rzeczywistym.

POZOSTAJĄC przy rozrywkach związanych z wodą, zapraszam na strony krakowskiego Centrum Turystyki Podwodnej „Nautica" (http://www.nautica.com.pl). Serwis przeznaczony dla internurków (cóż to za urocze określenie) rozrasta się w szybkim tempie. Imponuje mi bardzo wszechstronne ujęcie tematu, zaproponowane przez autorów. Na stronach „Nautiki" znajdziemy m.in. nurkowe FAQ, informacje o sprzęcie i środowisku wodnym, reportaże spod pokrytego lodem Morskiego Oka, rozważania o psychologicznych aspektach nurkowania. Gdy tylko zostanie uatrakcyjniona – na razie dość uboga – szata graficzna serwisu (zapowiadana jest galeria zdjęć), ma on szansę stać się magnesem dla wszystkich marzących o nurkowaniu w wodach Adriatyku i oglądaniu z bliska koralowych raf.

Polska gola

STAŃMY ponownie na lądzie. Nie trzeba nikogo przekonywać, że najpopularniejszym w Polsce sportem nie jest nurkowanie, żeglarstwo ani kolarstwo. Choć koszykówka za sprawą Michaela Jordana i innych gwiazd NBA szybko zdobyła wielką popularność, piłka nożna nadal wzbudza największe emocje rodaków. Serce kibica zawsze bije mocniej, gdy biało-czerwoni wychodzą na boisko (zostawmy na boku drażliwy temat rozgrywek ligowych).

W INTERNECIE jest oczywiście mnóstwo polskojęzycznych stron poświęconych futbolowi, ale nie doczekaliśmy się jeszcze tak wszechstronnego serwisu, jak angielski SoccerNet (http://www.soccernet.com). Najwięcej uwagi poświęca się tam rozgrywkom ligi angielskiej i szkockiej, ale nie brakuje doniesień z europejskich boisk, informacji o Euro 2000 i Mistrzostwach Świata.

W SOCCERNET znajdziemy zawsze aktualne wyniki, tabele, składy drużyn, historie klubów i trochę plotek. Brytyjski futbolowy portal ma czytelną strukturę i oszczędną szatę graficzną (to dobrze – pomyślmy, co się dzieje, gdy stronę szturmują jednocześnie tysiące kibiców). Twórcy polskiego serwisu piłkarskiego Euroliga On-Line (http://euroliga.sonik.net) również wychodzą z założenia, że www nie może kojarzyć się z ogólnoświatowym czekaniem (angielskie „world wide web" niektórzy złośliwie przemianowują na „world wide wait"). Strony Euroligi przynoszą więc prawie wyłącznie wiadomości tekstowe. Choć ten ascetyzm formalny uważam za zbyt daleko posunięty, serwis odznacza się – z punktu widzenia kibica – wieloma walorami. Przynosi aktualne doniesienia z boisk ligowych Polski i Europy oraz sporo ciekawostek. Wyniki meczów wszystkich lig, znajdujących się w serwisie, można też otrzymywać drogą e-mailową. Do poziomu SoccerNet jeszcze sporo brakuje, ale przyszłość Euroligi On-Line rysuje się ciekawie. Trzymam kciuki za ten serwis i inne dobre polskie strony o sporcie. Niech żyje sportowy duch!

Paweł Piasecki

ZIEMIA – WYPRAWA DO WNĘTRZA PLANETY

W podziemnym muzeum można poznać historię powstania naszej planety, a nawet przeżyć erupcję wulkanu i trzęsienie ziemi.



TO WSZYSTKO umożliwia wydany przez Optimusa Pascala program z serii encyklopedii tematycznych „Nowe Horyzonty", którą cechuje nienaganny poziom merytoryczny, ciekawa szata graficzna, a także łatwość instalacji i obsługi płyt CD-ROM. Uważam wprawdzie, że horyzonty młodych odbiorców bardziej rozszerzają wydane w tej samej serii „Encyklopedia nauki" czy „Historia świata", ale i „Ziemia..." ma niekwestionowane walory poznawcze.

PROGRAM jest skonstruowany tak, aby użytkownik nie pozostawał bierny wobec prezentowanych informacji. Ma on samodzielnie (oczywiście z fachową pomocą) obserwować, eksperymentować i wyciągać wnioski. Przechadzając się po podziemnym muzeum, zgłębia tajemnice minerałów i skał. Klikając aktywne elementy na mapach, sprawdza miejsca występowania podziemnych bogactw, a także stref aktywnych sejsmicznie. Znakomitym pomysłem są interaktywne pulpity, dające każdemu niepowtarzalną szansę zbudowania wulkanu i wywołania trzęsienia ziemi. Oglądając filmy wideo i animacje, można poznać procesy, które doprowadziły do powstania naszej planety, przeobrażają ją i zmieniają jej powierzchnię.

„WYPRAWA do wnętrza planety" nie jest wykładem o geologii i geofizyce. To bliskie spotkanie z tym, co piękne, niezwykłe i niebezpieczne.

SŁOWNIK OBRAZKOWY DLA DZIECI

Idealna pomoc dla dzieci, które dopiero zaczynają poznawać tajniki języka polskiego.



OPTIMUS Pascal adresuje ten program do grupy wiekowej 5-8 lat, ale sądzę, że i młodsze dzieci mogą z niego korzystać, choć oczywiście z pomocą rodziców. Słownik jest łatwy w obsłudze, bardzo kolorowy i zaprojektowany ze wspaniałym poczuciem humoru, które z pewnością przemówi do najmłodszych.

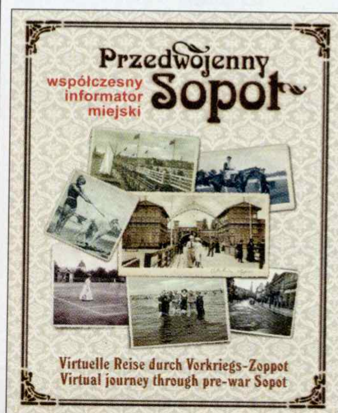
NA POCHWAŁĘ zasługuje również prostota języka około 1000 haseł, zamieszczonych w słowniku. Korzystając z programu, dzieci mogą w miły sposób poszerzyć zasób słownictwa i poznać nie tylko ich znaczenie, ale także prawidłową wymowę i pisownię (wszystkie teksty czytane są przez lektora). Każdemu hasłu towarzyszy ilustracja, która ożywa dzięki pomysłowemu zastosowaniu animacji, dodatkowo ułatwiających rozumienie słów.

W PROGRAMIE dzieci znajdą także 4 gry, rozwijające umiejętności językowe. „Literowanie" polega na wysłuchaniu hasła i dopisaniu brakujących liter w podpisie obrazka. „Łamigłówka literowa" naucza alfabetu. „Skąd ten hałas?" to przyporządkowywanie dźwięków obrazkom, a w „Zgadywance" trzeba prawidłowo odpowiedzieć na pytanie, zadane przez lektora.

„SŁOWNIK" zasługuje na piątkę, podobnie jak cała seria „Optimus Pascal dla dzieci".

PRZEDWOJENNY SOPOT

Na jednym krążku: wirtualna podróż po przedwojennym Sopocie i teraźniejszość nadmorskiego kurortu.



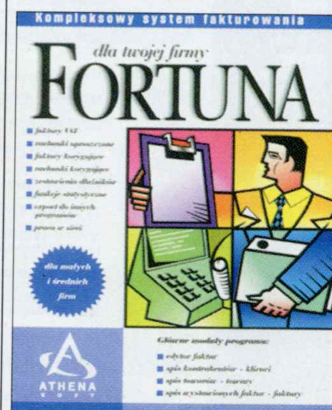
W SWOIM drugim po „Był sobie Gdańsk" wydawnictwie firma Multimedia Cafe (http://www.mmcafe.com.pl) postanowiła połączyć historię ze współczesnością. Na płycie znajdziemy więc dwa niezależne programy.

„PRZEDWOJENNY Sopot" to przegląd blisko 250 zdjęć miasta z lat 20. i 30. Wszystkie fotografie poddano komputerowemu retuszowi, dbając jednak, by nie zatracić ich specyficznego uroku. Szczegółowe opisy, narracja lektora i starannie dobrane tło dźwiękowe pozwalają poznać Sopot sprzed ponad pół wieku i wczuć się w jego atmosferę. Zdjęcia można bez trudu umiejscowić na przedwojennym planie miasta, a interesujące nas obiekty odnaleźć, korzystając z kilku indeksów tematycznych. Specjalna przeglądarka pozwala płynnie powiększać fotografie, regulować ich parametry (w tym zmieniać rozdzielczość), a nawet tworzyć efekty panoramiczne. Warto dodać, że aplikację przygotowano w 3 wersjach językowych: polskiej, niemieckiej i angielskiej.

DRUGI z zamieszczonych na płycie programów – „Informator Miejski", to aktualny przewodnik po Sopocie. Dostarcza on informacji na temat najważniejszych obiektów, a integracja z serwisem internetowym (http://www.sopot.pl) zapewnia bezproblemową aktualizację danych.

FORTUNA

Ten kompleksowy system fakturowania z pewnością przyda się w małych i średnich firmach.



PROGRAM firmy Athena Soft został tak pomyślany, by nawet osoba mająca małe doświadczenie w pracy z komputerem mogła szybko wystawić poprawne i estetyczne faktury lub rachunki, kontrolować terminy płatności oraz archiwizować dokumenty. Jakiekolwiek wątpliwości pojawiające się podczas pracy szybko wyjaśnia rozbudowany (114 stron!) podręcznik użytkownika.

PIERWSZYM krokiem w pracy z programem jest stworzenie bazy kontrahentów i towarów. Następne posunięcie to zaprojektowanie dla własnych potrzeb wzoru faktury, rachunku, przelewu, a także papieru firmowego. To już wystarczy, by program zaczął pomagać nam w codziennej pracy. W miarę rozwoju działalności firmy docenimy też takie funkcje „Fortuny", jak przeglądanie i drukowanie listy faktur, generowanie zestawień rachunków zapłaconych i niezapłaconych, sporządzanie statystyk sprzedaży według produktów, okresów, kontrahentów itd.

PROGRAM ma wiele ważnych udogodnień. Pozwala m.in. określać rabaty dla poszczególnych kontrahentów, ustalać ceny w dowolnej walucie, przypisywać towarom odpowiednie stawki podatku VAT. Wiele podstawowych zadań (np. numeracja faktur, wydruk przelewu) wykonywanych jest automatycznie.

Recenzje:
Paweł Piasecki

Płyty do testowania przekazuje Dom Handlowy Oprogramowania, Warszawa, tel./faks (0-22) 628 53 21, http://www.dho.com.pl



Tak, nie, tak, nie, tak, nie, tak, nie...

a może lepiej zapytać?

U progu nowego millennium czas poznać nowoczesną metodę szybkiego i wiarygodnego badania opinii. **Teległosowanie 707** to nowa usługa Telekomunikacji Polskiej S.A. pozwalająca na zliczanie głosów przekazywanych telefonicznie. Wystarczy podać do wiadomości publicznej numery telefonów przyporządkowanych konkretnym odpowiedziom i zaprosić publiczność do wyrażenia własnego zdania. Żaden głos nie będzie zmarnowany - system Teległosowania 707 jest w stanie zliczyć nawet **milion odpowiedzi na godzinę!** Dzięki Teległosowaniu 707 programy telewizyjne i radiowe mogą stać się niezwykle żywe. Każda instytucja pragnąca zasięgnąć opinii społeczności w dowolnej sprawie - ma teraz do dyspozycji idealne narzędzie. Zlitujcie się nad kwiatami, ludzie wyrywają... się do głosu!

łączy nas coraz więcej

TELEKOMUNIKACJA POLSKA S.A.



Zadzwoń: 0-800 300 800

http://www.tpsa.pl



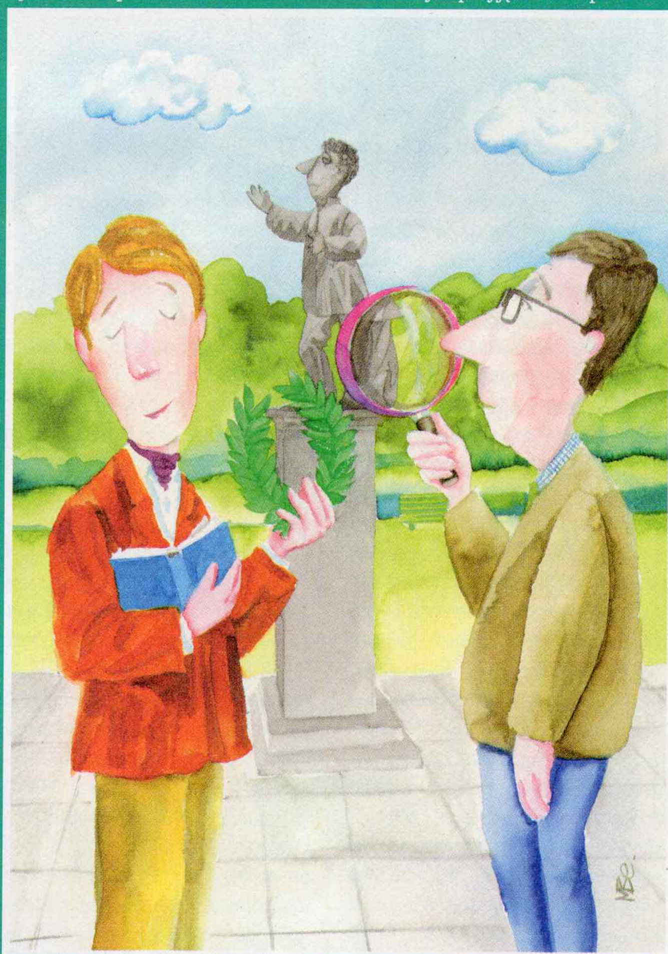
TELEGŁOSOWANIE

od do słowa

Wszyscy dążą do prawdy. Przynajmniej oficjalnie. Do prawdy o sobie, bliźnich, prawdy czasu, prawdy ekranu... Nie ma w tym nic dziwnego, bo przecież tak jest świat urządzony, że kłamstwo, w przeciwieństwie do modelek, ma krótkie nogi i należy się go wystrzegać. Istnieją jednakowoż dowody, że prawda nie zawsze jest w cenie i czasem lepiej zastąpić ją nie tyle kłamstwem, ale jakąś drobną półprawdą.

Język polski przewiduje kilka określeń, które w pewnym stopniu pozwalają realizować ciągoty do unikania prawdy. Są to między innymi wspomniana wyżej półprawda, koloryzowanie, mistyfikacja, owijanie w bawełnę, metaforyka, czy wreszcie – mitologizowanie. Ten ostatni sposób wydaje się najlepszy, Przede wszystkim dlatego, że tak naprawdę nikt do końca nie wie, co to jest mit. Każda z nauk, czy to literatura, czy to etnografia, czy to historia, proponuje swoją jedynie słuszną definicję. Na szczęście wszystkie te definicje mają przynajmniej jedną wspólną cechę – są nieprawdopodobnie wręcz pojemne, można więc w zasadzie bez kompleksów mówić o mitach, jak się chce i ile się chce. Mit to mit. I po cóż się tu wdawać w rozważania o definicjach, skoro właściwie ich treść nie ma znaczenia, ponieważ każdy, bez względu na pochodzenie i narodowość, doskonale potrafi robić z mitami przynajmniej dwie rzeczy: wierzyć w nie, albo je obalać.

O wierze w mity i o ich obalaniu traktuje doskonały skądinąd dramat Jerzego Szaniawskiego pod tytułem „Żeglarz". Przypomnijmy pokrótce, o co chodzi. Otóż w pewnym miasteczku żył sobie kiedyś tytułowy żeglarz, czyli kapitan Nut. Nie był to jednak pierwszy z brzegu wilk morski, ale postać nie byle jaka. Wspomniany wsławił się bowiem wieloma bohaterskimi czynami, a wsławił się do tego stopnia, że wokół jego skromnej, żeglarskiej osoby narosła całkiem sporych rozmiarów legenda. W związku z powyższym, społeczność postanowiła uczcić stosownie pamięć rodzimego herosa i postawić mu pomnik. Wszystko toczyło się ustalonym torem, zbliżał się dzień odsłonięcia cokołu. Cieszyły się okoliczne gołębie, czy raczej mewy, gdy nagle pojawił się on – mitoburca. W tę niecną rolę wcielił się młody historyk Jan. W swoim bezkompromisowym dążeniu do prawdy Jan potraktował legendę o kapitanie Nucie tak, jak śledczy traktuje dochodzenie w sprawie o morderstwo. Nie dość, że zdecydował się ujawnić fakty z życia żeglarza, które nie miały nic wspólnego z bohaterstwem (wręcz przeciwnie), to jeszcze, jakby tego było mało, postanowił ostatecznie



ukrzyżować mit wiadomością, że kapitan wcale nie umarł, ale prowadzi odarte z charyzmy życie pod przybranym nazwiskiem we wspomnianym miasteczku. A dzień odsłonięcia się zbliżał. Na szczęście nad historykiem Janem czuwała Opatrzność. Dosłownie w ostatniej chwili zrozumiał, jaką krzywdę wyrządziłby mieszkańcom miasteczka obalając mit, który nie tylko nikomu nie zagraża, ale jeszcze daje siłę i wiarę we wszystko to, co piękne. Ostatecznie zagorzały zwolennik prawdy uszanował sławę fałszywej legendy i oddał cześć pomnikowi.

Takie potraktowanie zagadnienia „prawda" wzbudziło wówczas wiele kontrowersji. Wydaje się, że Szaniawski, wydając dzisiaj tenże dramat, spotkałby się z bardziej jednoznacznym przyjęciem. Po prostu narobiłby sobie wrogów wśród orędowników lustracji. Wszelako dążenie jednych do ujawniania tego, co zrobili drudzy, jest ponadczasowe. No ale nie zawsze to, co ponadczasowe, czyli na przykład kłamstwo, zazdrość, zawiść, jest dobre. Oczywiście nie popadajmy w tym ukrywaniu prawdy w przesadę. Niech towarzysz Stalin czy towarzysz Kim Ir Sen leżą sobie w gruzach, przynajmniej w tych państwach, w których mogą. Ale sądzić Pinocheta za to, że uchronił swój naród przed tym, co spotkało Koreańczyków? Poza polityką, w dalszej i bliższej przeszłości, też znajdzie się kilka znamiennych przykładów, błagających prawdomówców o wstrzemięźliwość. Weźmy na przykład takiego Sokratesa, Prousta, Wilde'a czy Szekspira. Czy to, że byli homoseksualistami ujmuje im zasług, zmienia sens ich twórczości? Być może w przypadku tego ostatniego w jakimś stopniu usprawiedliwia fakt, że w jego teatrze role kobiece kreowali mężczyźni, ale nic poza tym. Chyba, że o orientacji seksualnej wyżej wymienionych dowiedzieliby się pikietujący onegdaj film „Ksiądz". Lista lektur byłaby krótsza. Wypadałoby z niej także wykreślić na przykład Poe'a, Hessego czy Andrzejewskiego, którzy, będąc alkoholikami, nie mogli przecież zawrzeć w swoich dziełach niczego wartościowego. Witkacy, Huxley i Baudelaire odpadliby ze względu na pociąg do morfiny, Wyspiański i Nietzsche, bo umarli na syfilis, a Dostojewski – z uwagi na umiłowanie ruletki. Prawdziwa burza rozpętałaby się natomiast, gdyby wyszło na jaw, że Korczak miał skłonności samobójcze.

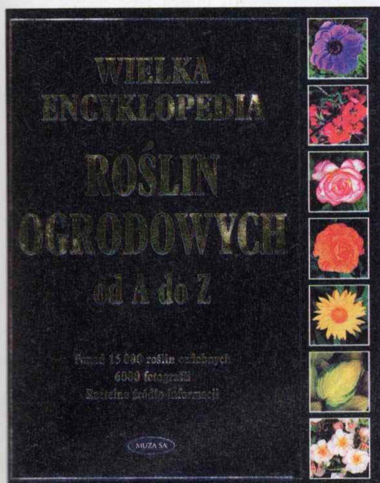
I po co komu taka wiedza? Po co komu prawda o życiu tych i innych ludzi? Lepiej, żeby ci, którzy nie potrafią sobie z nią poradzić, po prostu jej nie znali. Bo natychmiast zaczną dociekać, drążyć, wyciągać na światło dzienne wszystko, co się da. Bez opamiętania. Nie zwracając uwagi na szkody społeczne i osobiste dramaty, nie pytając nikogo, czemu ma to służyć. Bo nagle się okaże, że sami są bez winy i mogą rzucić nie tylko kamieniem. Bo tacy ludzie nie pamiętają, że prawda ma dosyć duży ciężar gatunkowy i nie każdy potrafi ją udźwignąć.

Małgorzata Węgrzecka
rys. M. Bruchnalski

red. wyd. Ch. Brickell

WIELKA ENCYKLOPEDIA ROŚLIN OGRODOWYCH OD A DO Z

Muza



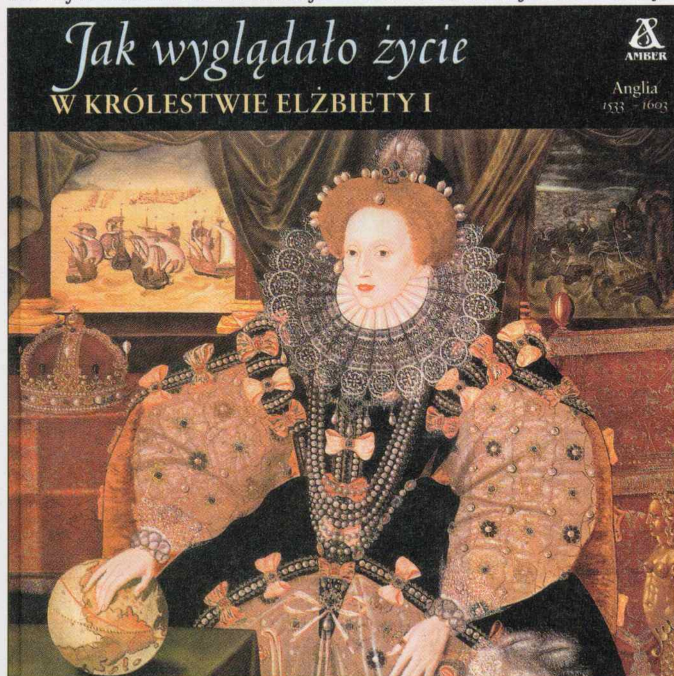
NA PÓŁKACH polskich księgarń i antykwariatów nie brakuje książek poświęconych ogrodnictwu i pielęgnacji roślin. Choć Czytelnicy mają w czym wybierać, wydawnictwa co jakiś czas zasilają rynek nowymi publikacjami. Jednak *Wielka encyklopedia roślin ogrodowych od A do Z* to dzieło szczególne i zasługuje na chwilę uwagi. Nad tym obszernym kompendium wiedzy pracował międzynarodowy zespół, złożony z ponad 40 ekspertów i konsultantów. 1500 haseł – botaniczne nazwy roślin – ułożono w porządku alfabetycznym i opatrzono rzetelnym komentarzem. Informacje podstawowe związane np. z systematyką roślin, ich budową czy pochodzeniem geograficznym uzupełniono cennymi dla ogrodników wskazówkami, które dotyczą m.in. zasad uprawy, rozmnażania czy ochrony roślin przed chorobami i szkodnikami.

ENCYKLOPEDIĘ opatrzono licznymi, unikatowymi fotografiami. Przemyślane zestawienia ilustracji ukazują różnorodność barw i kształtów kwiatów oraz ozdobnych krzewów. *Wielka encyklopedia roślin ogrodowych od A do Z* to wszechstronne źródło wiedzy, ale zarazem publikacja, która zadowoli wszystkich Czytelników, niezależnie od ich upodobań. Autorzy zadbali, by obok delikatnych odmian storczyków nie zabrakło egzotycznych palm, a nawet nowo wprowadzonych odmian, które być może zainspirują pasjonatów ogrodnictwa.

JAK WYGLĄDAŁO ŻYCIE W KRÓLESTWIE ELŻBIETY I

Amber

HENRYK VIII i jego córka Elżbieta I to najbarwniejsze postaci dynastii Tudorów. Po niefortunnym panowaniu Marii I, zwanej Krwawą, która przywróciła Anglii zwierzchnictwo kościoła i wbrew woli poddanych poślubiła Filipa, tron objęła młodziutka, 25-letnia Elżbieta. Słaby, wyniszczony religijnymi wojnami kraj od 1558 r. wkracza w erę pokoju, rozkwitu handlu i rzemiosła. Jednak władczyni przez okres swych rządów borykała się z wieloma problemami. Przetrwała spiski swej rywalki – Marii Stuart, wojnę z Hiszpanią i bunt Lorda Essex.

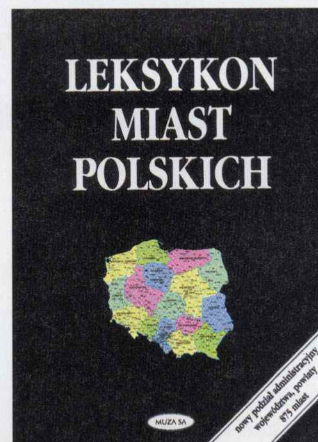


DLA MIŁOŚNIKÓW historii i osoby Elżbiety I niniejsza publikacja jest prawdziwą perłą. Karty tej książki kryją opisy barwnych przygód awanturników, takich jak sir Francis Drake czy Walter Raleigh, ukazują życie angielskiej prowincji i Londynu, potęgę ówczesnego dworu. Niegdyś Elżbieta I powiedziała – *Nie żyję w ukryciu, tysiące oczu obserwują wszystko, co robię* – upłynęły wieki, a zainteresowanie jej osobą nie gaśnie.

J. Kwiatek, T. Lijewski

LEKSYKON MIAST POLSKICH

Muza



LEKSYKON miast polskich to publikacja, na którą wielu Czytelników czekało z niecierpliwością.

HISTORIA narodu, kraju to także historia miast skupiających w Polsce przeszło 62% ludności. Wydawnictwo, przygotowane według nowego podziału administracyjnego na województwa i powiaty, obejmuje opis 875 miast. Informacje zawarte w ostatniej z tego zakresu publikacji – *Miasta Polskie w Tysiącleciu*, która ukazała się w latach 1965 (tom I) i w 1967 (tom II) uległy dezaktualizacji. Na przestrzeni wieków niektóre miasta dynamicznie się rozwijały, inne trwały w martwym punkcie lub upadały. Na ten nieustający proces wpływ miały także zmiany polityczne ostatnich lat.

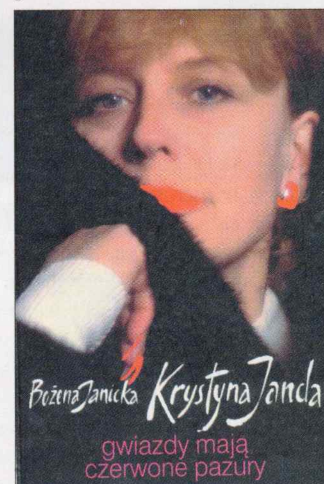
LEKSYKON miast polskich jest owocem wieloletniej pracy autorów. Alfabetyczne ułożenie haseł pozwala bez trudu poruszać się po tej obszernej publikacji. Wszystkie opisy mają ujednolicony charakter – począwszy od przynależności administracyjnej miasta, jego fizyczno-geograficznego położenia, poprzez pochodzenie nazwy, historię, a skończywszy na opisie zabytków. Dodatkowymi atrybutami wydawnictwa są ilustracje najciekawszych obiektów architektonicznych, mapki oraz rysunki herbów.

B. Janicka, K. Janda

GWIAZDY MAJĄ CZERWONE PAZURY

W.A.B.

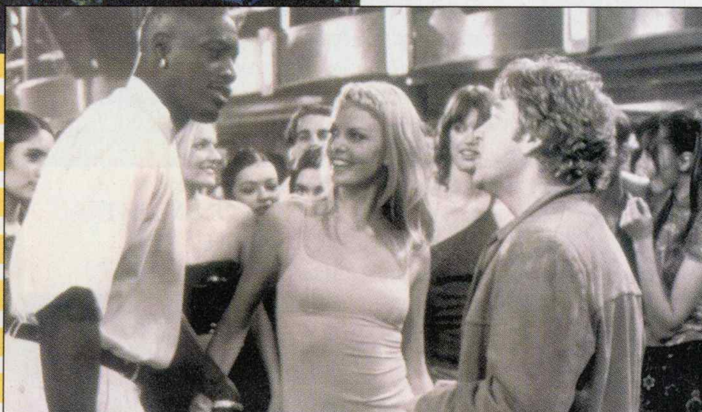
KRYSTYNA Janda jest jedną z największych osobowości polskiej sceny teatralnej i filmowej. Niezapomniane kreacje aktorskie stworzyła w *Człowieku z marmuru* Andrzeja Wajdy i *Przesłuchaniu* Ryszarda Bugajskiego. Ma również w swoim dorobku zawodowym sukcesy reżyserskie, dość wspomnieć ekranizację powieści Anki Kowalskiej *Pestka*.



W *GWIAZDY mają czerwone pazury* Czytelnicy poznają prawdziwe oblicze artystki. Krystyna Janda – matka, żona, aktorka, ale przede wszystkim dojrzała, fascynująca i niezwykle wrażliwa kobieta. Poszczególne rozdziały poprzedzają krótkie notki Bożeny Janickej, która zgromadziła materiał do niniejszej publikacji. Książkę uzupełnia wybór felietonów refleksyjnych, czasami zabawnych, autorstwa Krystyny Jandy, publikowanych początkowo w *Szpilkach*, a następnie na łamach *Urody*. Wszystkie teksty ubarwiają liczne fotografie rodzinne, ze scen teatrów i oczywiście planów filmowych, opatrzone dowcipnym komentarzem gwiazdy.

Recenzje: Agnieszka Guzek





ŻYCIE JEST PIĘKNE

reż. Roberto Benigni

ŻYCIE jest piękne to prawdziwy triumf europejskiego kina. Film Roberto Benigniego w ciągu ostatnich miesięcy został zasypany nagrodami. Otrzymał Grand Prix w Cannes, zdobył Europejską Nagrodę Filmową – Felixa i wreszcie dostał dwie statuetki Oscara w kategoriach: najlepszy film zagraniczny oraz najlepsza rola męska.

TEN NIEZWYKŁY film opowiada o rzeczach ostatecznych – wyniszczeniu Żydów w czasie II wojny światowej. Temat wielokrotnie dotykany przez światową kinematografię, przez Benigniego został pokazany w sposób nietypowy. Reżyser nie roztrząsa tragedii Holocaustu, dramat nie jest istotą tego filmu, a jedynie jego tłem. Siłą obrazu jest komizm. W filmie *Życie jest piękne* reżyser zastosował zabieg znany widzom chociażby z Chaplina – sytuacje ostateczne pokazał w sposób komediowy. Atutem tego obrazu jest także wspaniała kreacja postaci głównego bohatera (w tej roli sam Benigni), walczącego o ocalenie niewinności syna, z którym trafił do obozu.

ŻYCIE jest piękne zachwyciło cały świat, może z wyjątkiem polskich krytyków, którzy nie chcą pogodzić się z faktem, że grozę obozów koncentracyjnych mogą pokazywać także inni twórcy, nawet tak kontrowersyjnie, jak zrobił to Roberto Benigni.

CELEBRITY

reż. Woody Allen

NAZWISKO reżysera sugeruje, że film będzie ciekawy, zaskakujący i niehollywoodzki. I tak jest w istocie. Dla Woody Allena pretekstem do powstania *Celebrity* był obraz *Dolce Vita*, stworzony przez słynnego Federico Felliniego. Wielki Włoch ukazał życie włoskiej socjety, zatem Wielki Nowojorczyk uczynił to samo, naturalnie w niekonwencjonalny sposób. *Celebrity* to nowojorski świat pisarzy, modelek, gwiazd kina i telewizji. Wraz z Allenem widzowie obserwują fasadowość ich życia, kiepskie role, które na ekranie czynią ich gwiazdami, ale w realnym świecie sprawiają, że są śmieszni.

MIMO, że film jest czarno-biały, pokazane w nim postaci są niezwykle barwne. To zasługa występujących w *Celebrity* aktorów (m.in.: Kennetha Branagha, Leonardo DiCaprio, Judy Davis, Famke Jensena, Melanie Griffith i Charlize Therona), którzy spojrzeli na swoje kariery zawodowe z dużym dystansem i lekką ironią. To godne podziwu, ale największe brawa należą się Woody Allenowi, który sprawił, że chcieli być tacy.

GODZINY SZCZYTU

reż. Brett Ratner

GODZINY szczytu to kolejny film akcji przyprawiony odrobiną humoru. Amerykańscy bandyci porywają jedenastoletnią córkę chińskiego konsula. Życie dziewczynki jest w niebezpieczeństwie, lecz na ratunek przybywa as policji z Hongkongu, nad którym pieczę sprawuje amerykański gliniarz. Prosta i niestety banalna fabuła, w której nie sposób się zagubić. Oglądając film, nie można się powstrzymać od myśli, że powstał on tylko dlatego, aby raz jeszcze pokazać widzom wschodni sposób walki.

W POSTAĆ głównego bohatera wcielił się pochodzący z Hongkongu Jackie Chan, którego znajomość wschodnich technik walk nie podlega dyskusji, natomiast talent aktorski pozostawia wiele do życzenia. Aby zatem nie obciążać jego pamięci, twórcy filmu znacznie ograniczyli liczbę wypowiadanych przezeń kwestii, składając ten ciężar na barki amerykańskiego aktora komediowego Chrisa Tuckera. Podczas gdy Chan wykonuje iście kaskaderskie akrobacje, uszkadzając wszystkich, którzy wchodzą mu w drogę, Tucker strzela i wygłasza niekiedy śmieszne kwestie. Tylko pogratulować twórcom tak klarownego podziału ról.

TYSIĄC AKRÓW

reż. Jocelyn Moorhouse

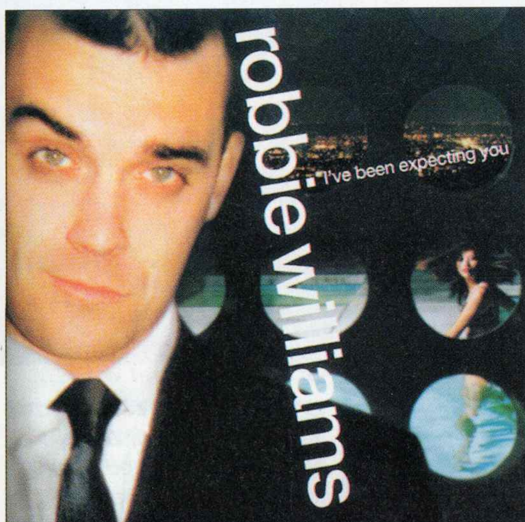
UTALENTOWANY reżyser i aktorzy oraz interesująca fabuła to recepta na dobry film. Istotnie *Tysiąc akrów* to film więcej niż dobry, lecz zabrakło magii, aby powstało dzieło znakomite.

JOCELYN Moorhouse to jedna z najzdolniejszych współczesnych reżyserek, a zarazem kobieta niezwykle wrażliwa. Scenariusz obrazu powstał na podstawie wyróżnionej nagrodą Pulitzera książki pod tym samym tytułem autorstwa Jane Smiley. W role głównych bohaterek wcieliły się trzy hollywoodzkie gwiazdy: Jessica Lange, Michelle Pfeifer oraz Jenifer Jason Leigh. Mimowolnym sprawcą dramatu sióstr jest ich ojciec (w tej roli wystąpił Jason Robards), którego decyzja o podziale majątku pomiędzy dzieci uruchamia lawinę nieporozumień i kłopotów. Na jaw wychodzą głęboko skrywane animozje i nad siostrzanymi uczuciami zaczyna brać górę ambicja. Czy rodzinne więzy przetrwają próbę? Największym atutem książki są znakomicie nakreślone przez Smiley charaktery sióstr, niestety w filmie zabrakło na to czasu, a może chęci.

Recenzje: Andrzej Ignatowski

foto: BE&W



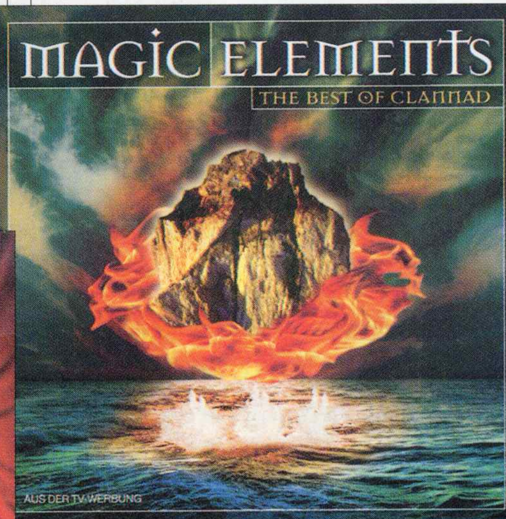


ROBBIE WILLIAMS
I've been expecting you

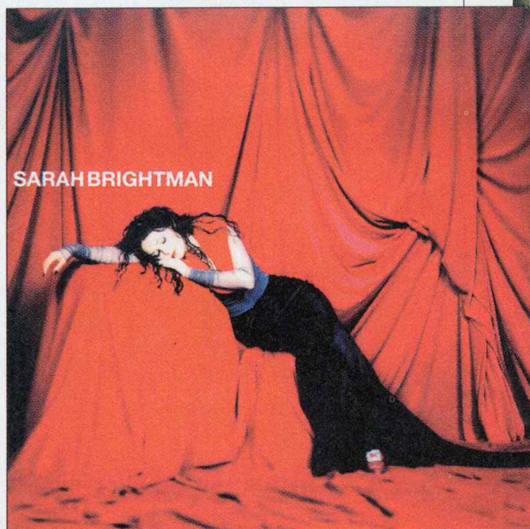
WIELU słuchaczy pamięta Robbie Williamsa z grupy Take That, choć z całej piątki był najmniej lubianym przez panie piosenkarzem. Kiedy odszedł od zespołu z decyzją rozpoczęcia solowej kariery, specjaliści ze świata muzycznego show biznesu nie wróżyli mu sukcesu. Tymczasem pierwszy krążek Williamsa dosyć dobrze poradził sobie na konkurencyjnym rynku muzycznym i krytycy z większą uwagą podeszli do drugiego albumu wokalisty. *I've been expecting you* to elegancki pop z wycieczkami w stronę rocka. Nie jest to muzyka ostra, ale daleka od ugrzecznionego stylu. Cały krążek wypełniają dobre utwory, spośród których szczególnie interesujące są *Millennium* i *No Regrets*.

CLANNAD
Magic Elements – The Best Of Clannad

GRUPY Clannad przedstawiać nie trzeba. Irlandczycy mają w Polsce grupę zaprzysięgłych fanów, którzy odkąd poznali ścieżkę dźwiękową serialu Robin Hood, są im wierni. *Magic Elements* zawiera prawie wszystkie najpopularniejsze piosenki z długiego okresu działalności zespołu. Album kryje szesnaście pięknych i nastrojowych pieśni, które nadal nie tracą nic ze swego uroku, jak *Theme From Harry's Game* czy utworu *In a Lifetime* zaśpiewanego wspólnie z Bono, wokalistą innej słynnej irlandzkiej grupy U2.



SARAH BRIGHTMAN
Eden



GŁOS TEJ wszechstronnie utalentowanej wokalistki robi wrażenie bez względu na to, czy śpiewa arie operowe, czy też partie musicalowe. Sarah zasłynęła znakomitym wykonaniem utworów Andrew Lloyd Webera. Od kilku lat artystka usiłuje połączyć różne gatunki muzyczne i trzeba przyznać, że robi to z powodzeniem. Najlepszym tego przykładem jest wielki przebój sprzed dwóch lat, *Time To Say Goodbye*. Kolejny album Sarah oparty jest na tych samych założeniach. Zatem na płycie *Eden* słuchacze obok rockowego numeru grupy Kansas – *Dust In The Wind* w klasycznej oprawie znajdą arię *Nessun Dorma*. Pozostałe utwory to przyjemna w odbiorze mieszanka popu i klasyki.

EDYTA GEPPERT
Debiut...



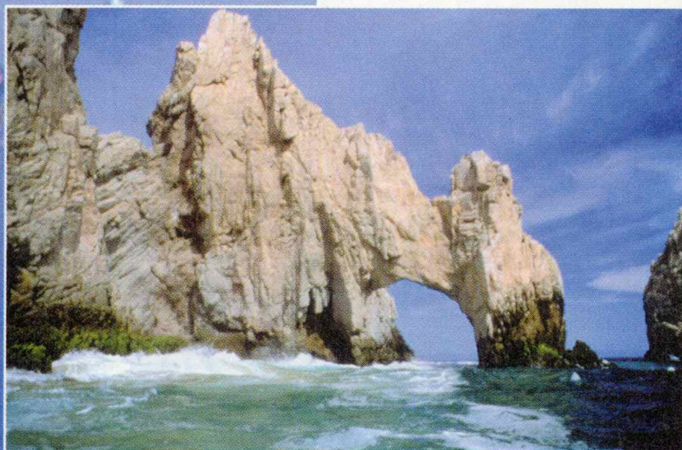
PIOSENKARKA ma mocną pozycję na polskim rynku muzycznymi i statut gwiazdy, choć jej płyty nie są sprzedawane w rekordowych nakładach. Jednak specyficzny styl wokalistki i nieco teatralna interpretacja piosenek zjednały jej uznanie krytyków i wierność sporej grupy słuchaczy. Nowy album, nieco przekornie zatytułowany *Debiut* niewątpliwie ugruntuje tę wysoką pozycję pani Edyty. Na najnowszym krążku fani znajdą niezmienioną, wierną sobie Edytę Geppert, jak zawsze wykonującą utwory na najwyższym poziomie. W dobie królującej muzyki lekkiej, łatwej i przyjemnej *Debiut* to chwila oddechu i refleksji.

STEVE MILLER BAND
Greatest Hits



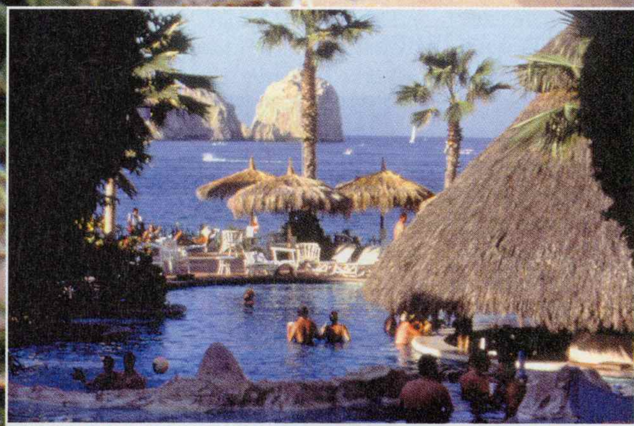
PONAD dwadzieścia lat temu grupa Steve Miller święciła największe triumfy. Wówczas ich utwory, takie jak *Fly Like An Eagle* czy *Abracadabra* królowały na listach przebojów. Dziś słucha się tych nagrań z łezką w oku, ale i z pewnym zaskoczeniem, że pomimo upływu czasu wcale się nie zestarzały. *Greatest Hits* niewątpliwie chętnie dołączą do swoich kolekcji starsi odbiorcy, być może płyta wzbudzi także zainteresowanie młodszych słuchaczy. Pozostaje tylko żal, że Steve Miller nie nagrywa już tak dobrych utworów.

Recenzje: Andrzej Ignatowski



Wędrując z Mariachi

Gwar nadmorskich kurortów i spokój bezludnych plaż małych wysp, egzotyczne krajobrazy i zamknięta w starych budowlach historia Majów i Azteków. Meksyk – kraina niekończących się świąt, radości, śpiewu i tańca.



Położony między Morzem Karaibskim, Zatoką Meksykańską i Oceanem Spokojnym zajmuje powierzchnię prawie 2 mln km^2. Choć językiem urzędowym jest hiszpański, to w różnych rejonach turyści napotkają wciąż żywe dialekty indiańskie, a jest ich prawie pięćdziesiąt. Prekolumbijska kultura ciągle obecna jest w życiu mieszkańców przywiązanych do wielowiekowych tradycji. Fiesty, czyli huczne obchody prawie 6 tys. świąt przez cały rok ściągają do Meksyku rzesze turystów. Ale pogańskie obrzędy wraz z upływem czasu zmieniały swój charakter i dziś zauważyć można wyraźne wpływy katolicyzmu. Tylko ludy zamieszkujące tereny trudno dostępne nadal celebrują swoje święta zgodnie z pogańskimi zwyczajami. Integralną częścią obrzędów są tańce. Niektóre z nich, jak np. taniec z drewnianymi maskami czy taniec indyka, wyszły poza granice swych regionów i obecnie wykonywane są w całym kraju. Z miasta Papantla, położonego w stanie Veracruz, pochodzi widowiskowy taniec „latający ludzie", który niegdyś był częścią modlitwy o urodzaj. Pięciu mężczyzn wspina się na 25-metrowy drewniany słup, którego szczyt wieńczy ruchoma, obracająca się dookoła własnej osi platforma. Gdy jeden z tancerzy stoi na jej środku i gra na flecie lub bębnie, zwraca-



jąc się w cztery strony świata, pozostali, obwiązani linami, rzucają się w dół. Platforma się obraca, a zawieszeni na niej głową w dół ludzie zataczają coraz szersze kręgi, by po 13. obrocie sięgnąć ziemi. Mężczyzna stojący na szczycie drewnianego słupa (drzewa życia) symbolizuje słońce, które pozostali tancerze proszą o błogosławieństwo.

NIEMAL w każdym mieście, a nawet wiosce meksykańskiej, ulice przemierzają mężczyźni ubrani w czarne, obcisłe, ozdobione błyszczącymi haftami stroje, które uzupełnia charakterystyczne nakrycie głowy – sombrero z dużym rondem. To mariachi, słynne grupy wędrujących muzykantów, mistrzów gry na instrumentach smyczkowych i trąbkach. W tętniącym życiem Mexico City na placu Garibaldiego szum i gwar uliczny miesza się z dźwiękami muzyki z wyraźnymi ludowymi, hiszpańskimi, a nawet włoskimi motywami. Podobno ów zwyczaj sięga XVIII w. i wywodzi się ze stanu Jalisco, położonego w środku Meksyku, skąd rozprzestrzenił się na cały kraj.





DUŻĄ popularnością podobnie jak w Hiszpanii cieszą się walki byków. Pierwsza arena, na której rozgrywał się krwawy spektakl, powstała w 1877 r. Widowisko przebiega według ustalonego schematu. Rozjuszonemu bykowi torreador zadaje ciosy, a starcie kończy tzw. godzina prawdy, czyli triumfalne pokonanie zwierzęcia. Równie widowiskowe są pokazy mistrzów jazdy konnej (charreada), którzy ukazują swój kunszt i umiejętność posługiwania się lassem.

PRZEMIERZAJĄC Meksyk, chłonąc uroki egzotycznego krajobrazu, turyści wielokrotnie na swej drodze napotkają plantacje agawy. Niegdyś zaostrzone końce liści rośliny służyły do pisania, a nawet wykonywano z nich igły do szycia, natomiast z tkanki włóknistej „produkowano" ubrania. Obecnie agawę wykorzystuje się przede wszystkim do produkcji napojów, np. *pulque* czy słynnej na całym świecie *tequili*. Powszechne są także uprawy pomidorów oraz kukurydzy, z której przyrządza się płaskie placuszki, zwane *tortillas*. Kuchnia meksykańska nie ma sobie równych i podobnie jak włoska podbiła wszystkie kontynenty. Na meksykańskich stołach często goszczą: fasola, karczochy, ryby oraz owoce morza, ale prawdziwym narodowym przysmakiem są owoce kaktusa podawane w sosie własnym lub w ostrym sosie mole, przyrządzanym z chili. Małe, żółte, czerwone lub zielone papryki różnią się między sobą nie tylko kolorami i kształtem, ale także smakiem pikantnym lub słodkim. Wszystkie odmiany mają swoje własne, często zabawne nazwy, np. *grube chili* lub *macho*.

TERENY upraw powiększyli jeszcze prekolumbijscy mieszkańcy bagnistych rejonów, umieszczając na mokradłach tratwy pokryte ziemią. Tak powstało jedno z najpiękniejszych miejsc na świecie – płynące ogrody Xochimilco. Skupiska egzotycznych roślin wyrastają z wody, budząc zachwyt wśród odwiedzających ten zakątek. Niezapomnianych wrażeń dostarczy także udział w spływie Kanionem Sumidero, najpiękniejszym w Ameryce Środkowej. Kręty szlak wodny wpływa do jaskiń, przemyka pod wspaniałymi wodospadami, prowadzi między dumnymi ścianami kanionu. Po tej „niebezpiecznej" przygodzie warto udać się z wizytą do wioski indiańskiej San Juan Chamula, aby podpatrzeć lokalny folklor i pieczołowicie kultywowane tradycyjne obrzędy, które kryją przed obcymi przybyszami wiele tajemnic podobnie, jak miejsca związane z kulturą Majów. Wśród tropikalnej, niskiej roślinności na Półwyspie Jukatan wznosi się zespół fascynujących budowli i piramid. Na szczycie jednej z nich naukowcy odkryli grób króla Pakala, skąd roztacza się wspaniały widok na okolicę. Centrum religijne kultury Majów mieściło się w Uxmal, gdzie podziwiać można piramidę czarownika, klasztor i pałac gubernatora. Słynną atrakcją turystyczną jest także pałac w miejscowości Kabah, którego fasada pokryta jest maskami, umieszczonymi tam na cześć Boga Deszczu. W tym fascynującym kraju zadziwia harmonia, z jaką przeszłość spotyka się z teraźniejszością.

ACAPULCO, czyli *miejsce gęstych trzcin*, było niegdyś terenem dzikim i niedostępnym. Dziś trudno w to uwierzyć, patrząc na rzędy ekskluzywnych hoteli i pensjonatów ciągnących się wzdłuż wybrzeża. To najsłynniejszy kurort wypoczynkowy w Meksyku, w którym turyści znajdą szereg atrakcji, np. mrożące krew w żyłach pokazy śmiałków, którzy z wysokości 45 metrów rzucają się w wody zatoki. Kilometry białych, piaszczystych plaż wieńczą brzegi Półwyspu Jukatan, na którym znajduje się wiele malowniczych miejscowości wypoczynkowych. Szczególnie piękne są okolice Cancun, kurortu położonego nieopodal Parku Narodowego Xel-ha i rezerwatu dzikiego ptactwa. Wśród odwiedzających ten rejon turystów dużą popularnością cieszą się krótkie wypady na dwie pobliskie wyspy. Odkryta przez Hiszpanów w 1517 r. świątynia z figurkami bogiń jednej z nich nadała nazwę – Wyspa Kobiet. Isla Mujeres oraz wyspa Cozumel, przy której brzegach znajduje się druga co do wielkości rafa koralowa na świecie (Rafa Polancar) to idealne warunki dla miłośników podwodnych wrażeń, nurkowania wśród egzotycznych gatunków ryb. W Meksyku zakątków do uprawiania sportów wodnych czy kąpieli słonecznych nie brakuje – wspaniałe wybrzeże liczy przeszło 10 tys. km.

Agnieszka Guzek

foto: BE&W

Biuro Podróży Triada

ul. Nowogrodzka 49, Warszawa

tel. (0-22) 622 64 33

zaprasza na 9 i 11-dniowe wycieczki pobytowo-objazdowe do Meksyku. Trasy wycieczek wiodą od stolicy kraju Mexico City, aż do Półwyspu Jukatan i obejmują m.in. miasta: Mexico City – Teotihuacan – La Villa – Cancun. Świadczenia zawarte w cenie obejmują: zakwaterowanie w 3-gwiazdkowych hotelach, wyżywienie (śniadania), transport, ubezpieczenie oraz opiekę pilota. Ceny już od 6.249 zł.

Obuwnicza Arystokracja

Mogą lśnić lustrzaną skórą lub być zakurzone i brudne, mieć klasyczny czy wyzywający, arogancki fason. Buty wiele mówią o swym właścicielu, o jego statusie społecznym, przynależności do danego kręgu kulturowego czy po prostu dbałości o własny wygląd. Jednak przede wszystkim chronią stopy przed urazami, zimnem, wodą i słońcem.







FASONY butów na przestrzeni stuleci i w różnych częściach świata były wielokrotnie modyfikowane zanim zaczęły przypominać te znane dzisiaj. Sandały dały początek obuwniczej historii, były powszechnie noszone w antycznej Grecji, Rzymie i Egipcie. W średniowieczu cieszyły się powodzeniem tzw. „źrebaki" wykonane ze skóry lub filcu, spiczaste i zakrzywione. Były duże i śmieszne i być może dlatego ówczesne władze kościelne wydały zakaz ich noszenia. Do sprawdzonego, bojowego wzoru butów z cholewami, świetnie chroniącymi łydki i piszczele nóg w czasie walki, z szacunkiem odnosili się wojownicy barbarzyńscy: Wandalowie i Hunowie.

EKSPLOZJA elegancji nastąpiła w XIX w. i moda obuwnicza wkroczyła w nową epokę. Manufaktury wytwarzały buty w różnych fasonach dla wszystkich warstw społeczeństwa, np. wśród ludności wiejskiej powszechny był wzór sabotów. Wraz z początkiem XX w. powstało wiele znanych marek obuwniczych. Niektóre opierając się na tradycji starego rzemiosła przetrwały do dziś, a wytwarzane przez nich obuwie cechuje przede wszystkim dobra jakość. Na początku XX w. narodziły się kanony męskiej elegancji obuwniczej, nowe modele były dopasowane do nowoczesnego stylu życia. Ustalony wówczas podział eleganckich, męskich butów na trzy rodziny: mokasyny, Richelieu i Derby, zachował się do dziś.

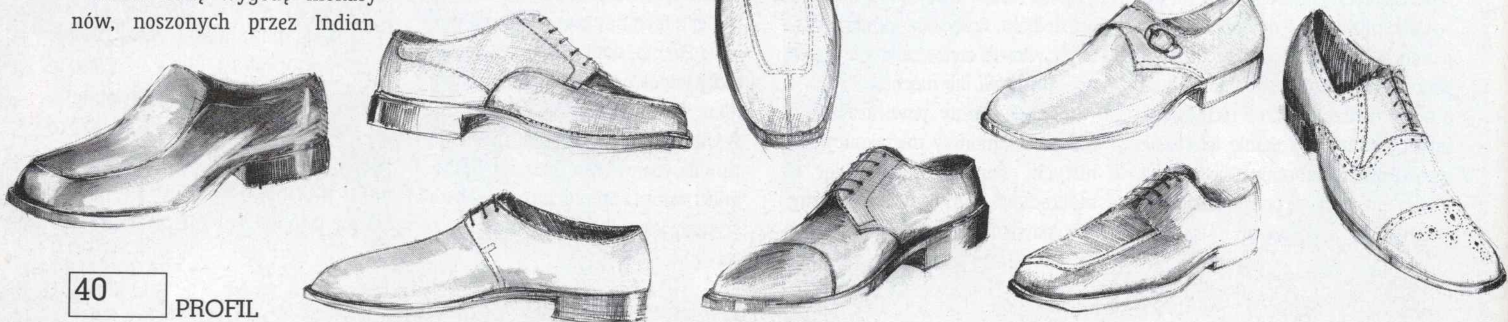
NIEZWYKŁĄ wygodę mokasynów, noszonych przez Indian z Ameryki Północnej docenili biali osadnicy i zaczęli wytwarzać masowo ten typ obuwia. Archetypem obecnego wzoru jest popularny wówczas, nie sznurowany, otwarty fason. Ten typowy but yuppies Europy Zachodniej produkowany jest w wielu wariantach. Szczególnie znane są modele firmy Gucci z czarnej, lakierowanej skóry.

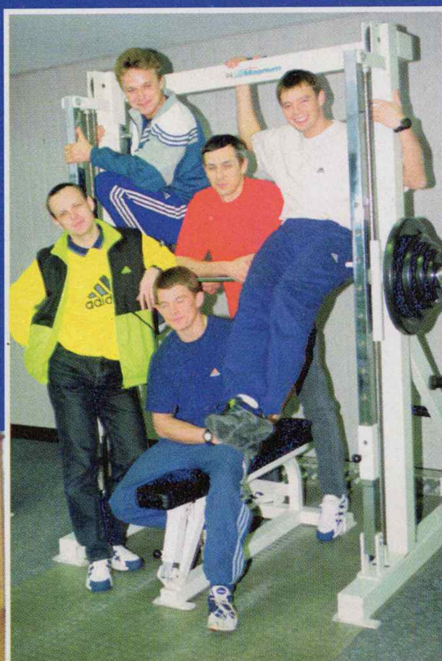
DRUGI typ to Richelieu, lub, jeśli zapytać Anglika, „Oxford". Założenia tego modelu zrodziły się jeszcze w XVII w. Elementy charakterystyczne to nos buta zdobiony ażurowym, wycinanym wzorem oraz cięcia podkreślone dziurkami, tłoczeniami lub ząbkowaniem. Najczęściej wykonuje się je z pięciu kawałków skóry, ale zdarzają się także modele uszyte z sześciu lub nawet siedmiu części. Sznurowane, z dziurami nie okutymi metalem, smukłe i zakończone ostrym nosem należą do najbardziej klasycznych i wykwintnych męskich butów. Produkowane są w różnych wariantach, np. wersje z białą skórą – kultowe buty amerykańskich gangsterów były również niezwykle popularne wśród bogatych elegantów po I wojnie światowej.

DERBY – ulubiony model Lorda Derby został wykreowany przez angielskich szewców. Powstały jako alternatywa typu Richelieu, zbyt ortodoksyjnego w swej elegancji. Derby natomiast doskonale nadają się do swobodnego projektowania nowych elementów z ozdobnej galanterii, np. klamer. Wzornictwo tego obuwia oscyluje w kierunku sportowej elegancji.

MODA i wymogi klientów dyktują zmiany, i nie jest łatwo w ogromnej masie różnych butów sklasyfikować ten czy inny wzór. W nadchodzącym sezonie dominować będą buty w fasonach kwadratowych i okrągłych oraz kozaki z cholewką i tzw. lizaki. Na wiosnę zapowiadana jest niekończąca się gama form i typów, które reprezentują wszystkie znane style. Trudno oprzeć się wrażeniu, że w tej mnogości trzeba kierować się raczej osobistym smakiem, niźli modą. Arbitrami elegancji obuwniczej niezmiennie są Włosi, Francuzi i Anglicy. Znane powszechnie firmy, m.in.: Gucci, Vuiton, Pollini, Testoni, John Lobb, Berluti, Crockett & Jones czy Aubercy wyznaczają granice mody, łącząc tradycję z mistrzowskim wykonaniem. W nadchodzącym sezonie panowie nosić będą buty w różnych odcieniach „rudości" i brązów oraz w zawsze modnym, klasycznym kolorze czarnym. Najodważniejsi styliści proponują asymetrię kolorystyczną – prawy but biały, lewy czarny oraz niesymetrycznie ścięty kanciasty nos. Nie brak również niekonwencjonalnych połączeń fasonów, np. dół obuwia o wyraźnie sportowym stylu zestawiony z klasycznie elegancką górą.

Jan Kosieradzki
rysunki autora
tekst opracowany na podstawie „Monsieur"







Fitness Club
„Sport Magnum"

ul. Marymoncka 34, 01-813 Warszawa

tel. 864-14-23, fax 669-09-21

CZYNNY: PONIEDZIAŁEK-PIĄTEK 7.00-23.00; SOBOTA, NIEDZIELA 9.00-23.00

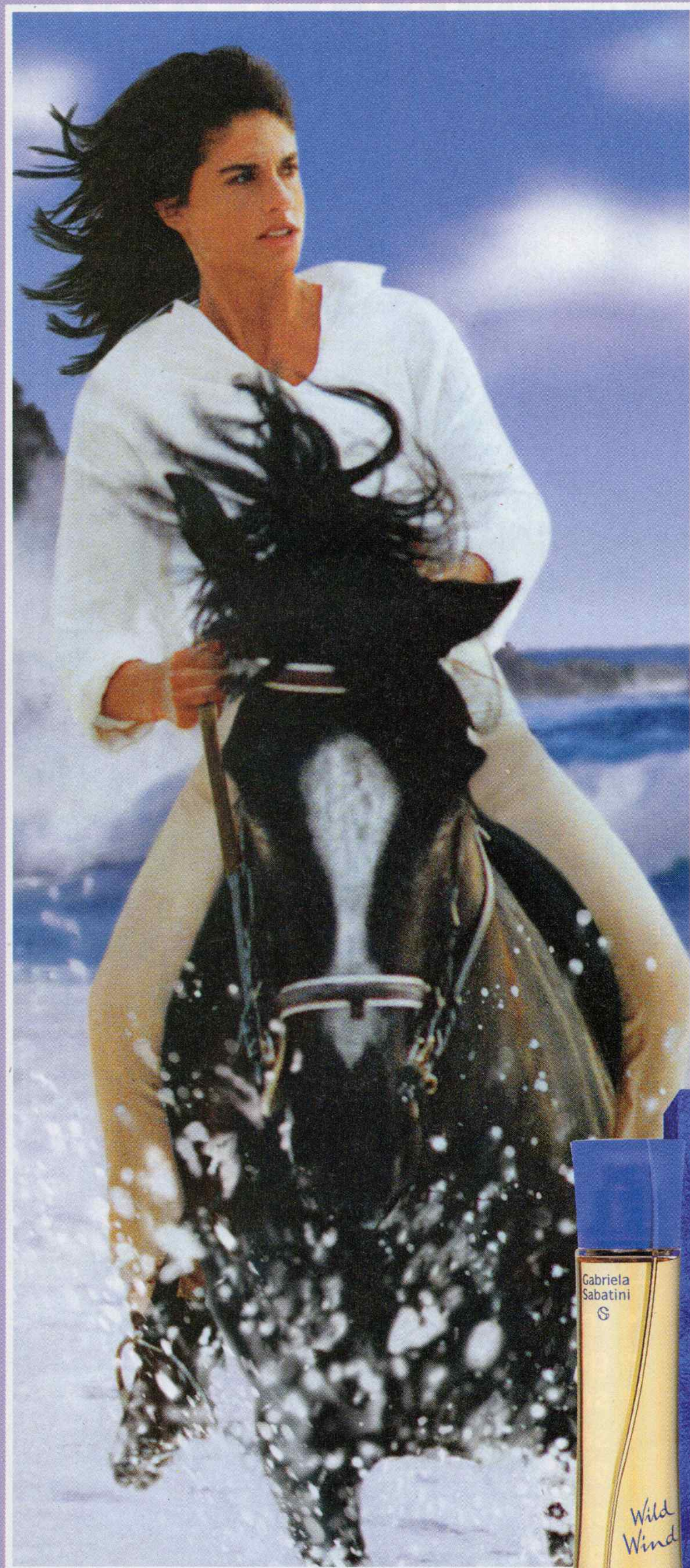






- siłownia (40 maszyn do ćwiczeń siłowych; 20 komputerowych urządzeń do treningu wytrzymałowościowego z programem odchudzającym)
- zajęcia aerobiku, step, streching
- sauna
- tenis stołowy
- gabinet kosmetyczny
- salon manicure i fryzjerski
- solarium
- 2 gabinety masażu
- snack bar
- parking strzeżony
- sala zabaw dla dzieci

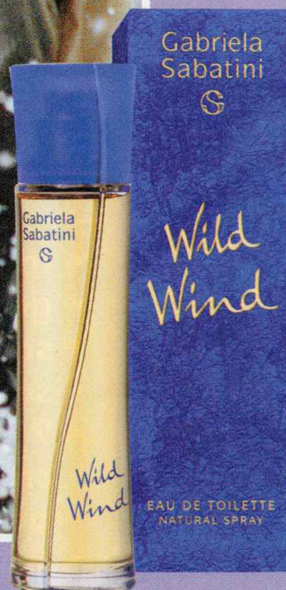
Dziki Wiatr



Ponad dziesięć lat temu fachowcy od marketingu zaufali młodej, obiecującej dziewczynie. Jej nazwisko, które wszyscy kojarzyli ze sportem, od pewnego czasu przywodzi na myśl wspaniałe kompozycje zapachowe.

GABRIELA Sabatini – roztańczona i niezależna. Jej południowa uroda, długie kruczo-czarne włosy, ale przede wszystkim szczerość i naturalność pociągają zarówno kobiety, pragnące używając Jej perfum uszczknąć dla siebie odrobinę tych zalet, jak i mężczyzn, którzy w swych wybrankach chcieliby widzieć pełne temperamentu, wspaniałe damy. Po pełnych sukcesów latach mariażu Gabrieli ze sportem nadszedł czas na miłość do perfum.

KAŻDA kolejna, starannie przygotowywana kompozycja zapachowa i linia kosmetyczna oznaczona Jej emblematem pokazuje nową, nieznaną twarz tej w pełni już dojrzałej, atrakcyjnej kobiety. Światowa premiera perfum „Bolero" w 1997 r., uhonorowanych przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Producentów Perfum nagrodą FIFI'98, ukazała Gabrielę Sabatini cieszącą się decyzją o rozstaniu z zawodowym tenisem. Dla młodej, 27-letniej, żyjącej w ciągłym stresie i ostro walczącej o punkty w rankingu WTA dziewczyny nadszedł nowy okres. Okres zabawy, swobody i nawiązywania nowych przyjaźni. W tym roku Cosmopolitan Cosmetics – firma odpowiadająca za markę GS, zapowiada kolejną premierę kompozycji zapachowej, i to jeszcze tej wiosny.



NOWY zapach „Wild Wind" czyli Dziki Wiatr, przywodzi na myśl nieskrępowaną wolność oraz fascynację żywiołem morza i delikatnym, wilgotnym wiatrem, przynoszącym wytchnienie w upalne dni. Te perfumy łączą w sobie świeżość kwiatowo-owocowej nuty ze zmysłowością drzewnych elementów, tworząc niezwykłą, musującą kompozycję.

W PIERWSZEJ chwili „Wild Wind" uderza bogatą nutą głowy, która świeżą słodycz czerpie z owoców cytrusowych: lemony i mandarynki. Miły i delikatny zapach nuty powstał z mieszanki dojrzałego arbuza z lekko cierpką czarną porzeczką oraz z geranium, którego olejki mają lecznicze właściwości i oczyszczają górne drogi oddechowe.

COEUR, czyli nuta serca, w „Wild Wind" objawia się delikatnością liści fiołka, tak dobrze znanym zapachem pelargonii oraz wonią „kwiata kwiatów" – jaśminu, który wzmocniono podobnym do niego, lecz bardziej korzennym, pochodzącym z wysp Pacyfiku kwiatem ylang ylang.

FAZA trzecia zapachu to niejako dalsze poznawanie zachwycającej i pełnej temperamentu kobiety. To słodycz i ciepło soczystej brzoskwini rozgrzanej barwą bursztynu i skropionej żywicznymi olejkami hinduskiego sandałowca i cedru, wymieszanymi z odrobiną waniliowego pudru. Wizerunek kobiety, a zarazem całość kompozycji, dopełnia erotyczna woń piżma.

UNIKATOWY, prestiżowy i przykuwający wzrok flakon stworzyła, znana wszystkim perfumiarzom, pracownia Frederico Restrepo z Paryża. Buteleczkę chroni opakowanie, wykreowane przez równie znane Identity z Hamburga.

„WILD WIND" jest niczym zwiastun upalnego lata. Dziki Wiatr przynosi niezwykłe uczucie wolności, swobody i siły. Siły wiatru i wody. Czy ta kompozycja zauroczy panie? Będzie to można stwierdzić już niebawem.

M.F.



Miros

Jeśli zgodzisz się
z Antoine de Saint Exupéry,
iż „doskonałość
jest nieobecnością obcości",
to z pewnością polubisz nową linię
zegarków firmy Maurice Lacroix
o nazwie Miros.

Nierdzewna stal,
zakręcana koronka,
szafirowe szkło,
wodoszczelność 100 metrów,
mechanizm kwarcowy.



Maurice Lacroix
Switzerland

www.maurice-lacroix.com

*W linii o nazwie **POWER CLASSIC** znajdują się zegarki damskie i męskie wykonane z nierdzewnej stali, dostępne w trzech wersjach: całe stalowe, częściowo pozłacane oraz w całości pozłacane metodą PVD.*

Posiadają one wysokie parametry techniczne:

- *stalowa koperta,*
- ***bransoleta z całych stalowych elementów** doskonale układająca się na ręku, której obłe kształty zapewniają komfort i trwałość,*
- *szafirowe szkło odporne na zarysowania,*
- *złocenie metodą PVD,*
- *wodoszczelność 50 metrów,*
- *system informacji o wyczerpaniu baterii umożliwiający wymianę baterii we właściwym czasie.*

www.roamer.com.pl

ROAMER
OF SWITZERLAND
1888



POWER CLASSIC

*Przedstawiciel firm **MAURICE LACROIX** i **ROAMER** w Polsce:*
***RAY CENTER TRADING s.c.**, tel/fax: (0-22) 868 04 25*



JADARTEL

ZAUFAJ NAJLEPSZYM

SALONY FIRMOWE JADARTEL:

Lublin: Al. Racławickie 44a, tel. /081/ 533 18 00; ul. Zana 19, E'Leclerc, tel. /081/ 528 06 30; ul. Narutowicza 31-32, tel. /081/ 532 41 08; ul. Krak. Przedmieście 13, tel. /081/ 743 79 90; ul. Krak. Przedmieście 40, DTC SEZAM, tel. /081/ 441 30 06; **Warszawa:** ul. Emilii Plater 28, tel. /022/ 630 31 60; DT "JUNIOR" /II piętro/, tel. /022/ 828 31 97; **Katowice:** ul. 3-go Maja 21, tel. /032/ 59 66 26; **Gdańsk Wrzeszcz:** ul. Dmowskiego 12 paw. 5, tel. /058/ 344 07 77; **Kraków:** ul. Felicjanek 27, tel. /012/ 422 29 35

PUNKTY SPRZEDAŻY:

Warszawa: ul. Kochanowskiego 1, tel. /022/ 633 38 98; ul. Krucza 38/42, tel. /022/ 628 79 89; ul. Zamoyskiego 47 a, tel. /0501/ 026 900; **Lublin:** ul. Narutowicza 67, tel. /081/ 534 43 23; ul. Świętoduska 20/1, tel. /081/ 532 64 53; ul. Bernardyńska 3, Pałac Parysów, tel. /081/ 532 99 99; ul. Braci Wieniawskich 12a, tel. /081/ 740 81 92; ul. Jasna 7, tel. /081/ 534 34 64; **Katowice:** ul. Mariacka 2, tel. /032/ 253 91 49; **Czeladź:** Centrum Handl. M1, ul. Będzińska 80, tel. /032/ 269 21 15; **Bytom:** Pl. Kościuszki 12, tel. /032/ 281 83 65; **Chorzów:** ul. Plac Wyszyńskiego 6, tel. /032/ 247 29 38; **Chrzanów:** ul. Rynek 9, tel. /032/ 623 50 14; **Mikołów:** ul. Okrzei 8, tel. /032/ 226 37 91; **Jaworzno:** ul. Grunwaldzka 68, tel. /032/ 752 00 45; **Ruda Śląska:** ul. Czarnoleśna 9, tel. /032/ 244 24 74; **Rybnik:** ul. 3-go Maja 4c, tel. /032/ 422 75 99; **Sosnowiec:** ul. 3-go Maja 17, tel. /032/ 290 54 70; **Świętochłowice:** ul. Bytomska 18, tel. /032/ 770 02 22; **Tychy:** ul. Jana Pawła II 11C, tel. /032/ 217 04 73 w. 137; **Zabrze:** ul. Wolności 249, tel. /032/ 278 17 00; ul. Wolności 336, tel. /032/ 271 09 82; **Kraków:** ul. Stradomska 18, tel. /012/ 429 50 08; ul. Starowiślna 49, tel. /012/ 429 27 60; Nowa Huta, ul. Oś. Złotej Jesieni 13 /pawilon E/, tel. /012/ 648 71 24; **Poznań:** ul. Zwierzyniecka 7, tel. /061/ 847 02 81; oś. Na Murawie 7/2, tel. /061/ 821 35 33; **Wrocław:** ul. Jedności Narodowej 110, tel. /071/ 372 04 24; ul. Kościuszki 49-49a, tel. /071/ 344 25 59; ul. Oławska 25, tel. /071/ 341 85 60; **Gdańsk:** ul. Grunwaldzka 103, tel. /058/ 342 69 75; **Gdynia:** ul. Świętojańska 48, tel. /058/ 661 82 88; **Tczew:** ul. Gdańska 55, tel. /058/ 532 06 52; **Szczecin:** ul. Poniatowskiego 2 a, tel. /091/ 486 14 61; **Łódź:** Al. Mickiewicza 15a, tel. /042/ 636 59 96; Al. Kościuszki 13, tel. /042/ 630 54 18; ul. Limanowskiego 97, tel. /042/ 659 56 63;



JADARTEL- największy w Polsce autoryzowany przedstawiciel PTK Centertel, tel. 0 501 222 221

tel. (081) 747 84 87